

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

RISTORAZIONE
COMMERCIALE
**Pronti al
cambiamento**

RICERCA
E SVILUPPO
**La collettiva
guarda al futuro**

Foodservice

**SI RIACCENDONO
I FORNELLI**

**Il gusto
di fare la
pausa.**

**Come a
casa tua.**



La pausa pranzo è un momento di gusto e benessere.

Noi di Elicor offriamo tutti gli ingredienti, dalla qualità e la freschezza delle materie prime alla cura del servizio, per trascorrerla in modo sano e bilanciato, senza rinunciare al piacere di un piatto buono come quello preparato a casa. Così c'è più spirito ed energia per affrontare al meglio il resto della giornata.

elior 

Gemeaz

ilinerè

Hospes

UN BEL GOAL per la ristorazione

Rinviata di un anno, UEFA 2020 (alias il campionato europeo di calcio) sarà l'evento clou delle prossime settimane. E, udite udite, ha un calendario favorevole alla ristorazione. Il fischio d'inizio di gran parte delle partite sarà alle 18 e alle 21 con qualche eccezione fissata alle 15. In ogni caso parliamo di orari favorevoli per condividere pasti, cene o aperitivi con gli amici o in famiglia. Nel frattempo, riaprono bar e ristoranti e state certi che le piattaforme della consegna a domicilio si daranno battaglia per arrivare per prime insieme a voi davanti alla tv.

Insomma, una volta tanto, parlare di calcio riaccende gli animi anche della ristorazione che di sicuro guarderà sì alle partite, ma per affinare la propria offerta e per accompagnare nei momenti di ristoro il folto pubblico (non solo europeo...) che divorerà le partite. Come prepararsi per questo evento? Su quali prodotti

puntare? Funzionerà meglio il click and collect o la delivery? Qual è la tattica migliore per fidelizzare i clienti di partita in partita? Sarà ancora una volta l'accoppiata pizza e birra a vincere la sfida? Le risposte le avremo a fine campionato.

Di sicuro, per qualsiasi ristorante, pizzeria, fast food e chi più ne ha più ne metta, è arrivato il momento di mettersi in gioco e approfittare di questo momento.

Sarà un'occasione per riaccendere i motori o, per meglio dire, i fornelli e ridare vigore a tutto il foodservice così tanto colpito dalla pandemia.





COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elier Italia**

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**

Cristian Biasoni • A.D. **ChefExpress** - Presidente **AIGRIM**

Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**

Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**

Roberto Colombo • Amministratore Delegato **Sebeto**

Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**

Andrea Laguardia • Resp. di settore **Legacoop**

Produzione & Servizi

Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**

Alberto Niero • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**

Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**

Alessandro Pirinoli • Managing Director **Compass Group Italia**

Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo

Serenissima Ristorazione

Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs

and Europe Business Dvlp. **Autogrill**

Antonio Savoia • Presidente **Edifis**

Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**

Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**

Lino Stoppani • Presidente **Fipe**

Andrea Valota • General Manager Italy **Burger King**

Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**

Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elier Italia**



i Convegni
di **Ristorando**

Media partners:



**11^a EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO**

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

in collaborazione con:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSOR



Be sure. **testo**



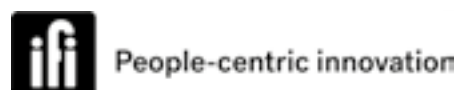
Délifrance



winterhalter®



SILVER SPONSOR



ASSOCIAZIONI PARTNER





VAL

NESS

Il welfare che fa
per i miei dipendenti.



VALYOUNESS è il welfare che fa per i miei dipendenti, che amano il loro lavoro e anche il loro tempo libero. Perché **VALYOUNESS** offre servizi di welfare vantaggiosi e altamente personalizzabili, in grado di rispondere alle necessità delle imprese e migliorare il benessere delle persone che ci lavorano.

Scopri di più su **VALYOUNESS.IT**

SEGUICI SU 

 **VALYOUNESS**

GIUGNO 2021

01 Editoriale - Un bel goal per la ristorazione

08 News - La notizia è servita

18 Tendenze e mercati - È urgente un cambio di passo

21 Formazione - Il cuoco in cattedra

Nate negli ultimi anni come luoghi di formazione, ricerca, confronto e aggregazione, le accademie interne create dalla SRC svolgono anche un importante ruolo per studiare forme di ristorazione innovative e sostenibili

29 Mercato tedesco - 12 mesi da dimenticare

Mentre si respira aria di ripresa, diamo uno sguardo alle performance del foodservice tedesco a distanza di un anno

33 Ristorazione a tema - Il disco d'oro

Sia nelle versioni più tradizionali fast e street food, così come nella declinazione gourmet sempre più diffusa, l'hamburger è uno dei piatti preferiti in tutto il mondo

38 Ristorazione collettiva - Pronti al cambiamento

Efficientamento, ottimizzazione dei costi aziendali, crescita dimensionale, innovazione di processi e servizi, ri-qualificazione del personale e internazionalizzazione. Ecco gli obiettivi di All Food Spa

40 Ristorazione scolastica - Disagi alimentari in crescita

L'aumentano di bambini certificati con selettività alimentare rimette la ristorazione scolastica al centro di un percorso virtuoso che, oltre ad una corretta nutrizione, deve restituire alla mensa la veste sociale, culturale e piacevole della convivialità

45 Ristorando per Ristocloud Group - Imparare dal cibo

Con il "Ricettario 2.0", "Ecce Cibus" e l'App FoodSchool, Ristocloud informa, guida, accompagna e supporta i genitori e i propri figli a una corretta alimentazione

46 Rapporto Ristorazione - Fipe

La fiducia in fondo al tunnel

Nonostante numeri da "bollettino di guerra", i pubblici esercizi guardano al futuro con fiducia e sono pronti ai cambiamenti che la "nuova normalità" impone, purché anche il Governo faccia la sua parte

50 Foodservice equipment

Parola d'ordine: innovazione

Apprezzati nelle cucine professionali di tutto il mondo, i prodotti RATIONAL offrono solide garanzie in termini di produttività, facilità operativa e organizzazione del lavoro. Ma non solo

53 Salute e ambiente - Il bicchiere mezzo pieno

Dal diritto all'acqua e ai servizi igienico-sanitari dipende il diritto alla vita, alla salute, al cibo, all'uguaglianza e a un ambiente sano. Facciamo il punto

56 Approvvigionamenti e servizi - L'aria che tira

Il futuro della ristorazione collettiva secondo Central Food, la moderna centrale di selezione, acquisto, stoccaggio, controllo e fornitura dei prodotti alimentari della Pellegrini Spa

59 I webinar di Ristorando - Voglia di confrontarsi

Proseguendo nella sua attività convegnista, lo scorso 18 maggio Ristorando ha organizzato con successo un evento online per confrontarsi con un panel di esperti di ristorazione collettiva. Protagonisti del dibattito gli elementi qualitativi del servizio e, non ultimo, i CAM



RUBRICHE

- 60** La borsa del biologico
- 66** La borsa delle imprese
- 72** Ristorando club
- 77** F&B
- 80** Carta stampata

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore



www.edifis.it



Ristorando

Anno 26 - numero 6 - Giugno 2021
Foto copertina di Alberto Anderloni

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini
• Davide Moscuza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti.

Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS S.r.l. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.r.l.

Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

ToppKing

Aggiungi personalità alle tue preparazioni

Una linea di topping caratterizzati da un gusto intenso
e preparati con materie prime di altissima qualità.



- Amarena
- Caffè
- Caramello salato
- Caramello
- Cioccolato bianco
- Cioccolato
- Crema al cioccolato bianco
- Crema al cioccolato fondente
- Dulce de leche
- Fragola
- Frutti di bosco
- Kiwi
- Lampone
- Limone
- Menta
- Miele
- Mirtillo
- Nocciola
- Nocciolata
- Pistacchio
- Sciroppo d'acero
- Stracciatella
- Vaniglia
- Zabaione



General Fruit S.r.l. Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG) ITALY - Tel +39 035 927030

info@generalfruit.com - www.generalfruit.com - [f](#) General Fruit Srl - [f](#) Naturera Polot 1882 - [ig](#) naturerapolot1882

AIGRIM: Cristian Biasoni eletto presidente

Cristian Biasoni è il nuovo presidente di **AIGRIM**, l'Associazione delle Imprese di Grande Ristorazione e servizi Multilocalizzate. In seno a **FIPE-Concommercio**, l'associazione rappresenta le grandi imprese della ristorazione a catena presenti anche nel segmento in concessione (autostrade, aeroporti e stazioni ferroviarie). Ne fanno parte: **McDonald's**, **Autogrill**, **Chef Express**, **MyChef**, **Burger King**, **Roadhouse**, **Sarni Ristorazione**, **Cigierre**, **KFC**

Kentucky Fried Chicken, **Lagardere Travel Retail** e **Sirio**.

"Ringrazio i soci per la fiducia concessami", ha detto Biasoni all'assemblea, che ha voluto ringraziare il presidente uscente **Enzo Andreis**, per il prezioso lavoro svolto per la fondazione e poi alla guida di AIGRIM. Che rappresenta un comparto fortemente colpito dalla pandemia, che ha provocato una crisi economica senza precedenti: "Sicuramente, mai come in questi ultimi dodici mesi abbiamo compreso l'importan-

za dell'associazione nel tutelare gli interessi di un settore così strategico per l'intero paese", ha aggiunto il neo eletto presidente. Ingegnere Meccanico, milanese di adozione, Cristian Biasoni ha completato gli studi con un Master in Business Administration presso la **SDA Bocconi** di Milano. Dal 2015 è AD della società di ristorazione del **Gruppo Cremonini**, **Chef Express Spa**, e della joint-venture con il **Gruppo Percassi**, **C&P Srl**. È presidente di **Time Vending**, società che opera nel settore delle vending machine in partnership con il **Gruppo IVS**. È inoltre membro del Consiglio Direttivo di **Confimprese**.



CRISTIAN BIASONI, presidente AIGRIM

Ancona: a Dussmann la refezione per le scuole

Il **Comune di Ancona** ha proceduto ad aggiudicare l'appalto per il servizio di refezione scolastica per gli istituti d'infanzia e le primarie. A vincere la commessa è **Dussmann Service**, che ha ottenuto il punteggio massimo, pari a 91,5 su 100 punti, offrendo un ribasso dell'8,88%.

Proprio in ambito scolastico, l'azienda aggiudicataria ha di recente redatto nuovi protocolli specifici per la sicurezza anti Covid-19, tenendo conto di 60 atti normativi del Governo, circa 450 norme regionali, 4 documenti tecnici del Ministero dell'Istruzione e 14 linee guida regionali sulla riapertura delle scuole. Con sede a Capriate San Gervasio (BG), Dussmann opera a livello nazionale in 326 appalti, presso cui impiega 3.440 dipendenti. Nel 2020 la società ha conseguito un importante risultato in termini di qualità del servizio e rispetto delle norme igieniche: è stata infatti oggetto di 121 ispezioni di enti esterni (112 di organi di vigilanza e 9 audit di certificazione), che hanno sempre valutato positivamente il suo operato in ambito scolastico. Il Gruppo tedesco Dussmann impiega oltre 60.000 persone in 22 paesi in diverse aree di attività: Pulizia, Catering, Sicurezza e Reception, Servizi Tecnici ed Energy Management. Nel 2020 ha realizzato a livello globale un fatturato oltre 2 miliardi di euro, di cui circa 536 milioni in Italia.



A GūD Milano l'offerta f&b dei Bagni Misteriosi



Dopo CityLife, Eustachi, Darsena, Stazione Centrale, Bocconi, Idroscalo e Beach, **GūD Milano** apre ai **Bagni Misteriosi** di Milano. Per il gruppo di **Ugo Fava**, **Stefano Cerveni** e **Marco Giorgi** si tratta dell'ottava location del format nel capoluogo meneghino. Nella struttura ludica nata negli anni 30 come centro natatorio e culturale con piscine da 50 e 25 metri che in inverno si trasformano in pista di pattinaggio sul ghiaccio (recuperata qualche anno fa all'esterno del **Teatro Franco Parenti** diretto da **Andrée Ruth Shammah**), GūD gestirà la proposta ristorativa dal pranzo al dopo cena, unitamente alla eventistica. Il gruppo specializzato nell'offerta f&b nato nel 2018, in questa nuova location ha predisposto ben 400 coperti a bordo piscina e 100 su una terrazza sopraelevata. La lista dei piatti, studiata dall'executive chef Cerveni è basata su due pilastri ormai consolidati: le focacce dall'impasto bio a lunga lievitazione e le bowl di riso. All'interno dei 5mila metri quadrati tra acqua, prato e pietra dei Bagni Misteriosi, il servizio in terrazza si caratterizzerà rispetto a quello a bordo vasca per una proposta più sofisticata.



Scuole: costa 80 euro al mese mangiare in mensa

Un esborso mensile di 80 euro: è quanto in media spende ogni famiglia per far mangiare un figlio in mensa alle scuole primarie e dell'infanzia in Italia. Al nord il servizio costa di più: 813 euro per i 9 mesi di durata dell'anno scolastico nelle elementari e 802 per gli asili. Nel Centro la spesa scende rispettivamente a 697 e 676 euro negli stessi gradi di istruzione mentre al Sud si arriva ai picchi minimi di 662 e 649 euro. In prospettive, il costo del servizio cresce di più nelle regioni centrali e meridionali mentre cala nel Settentrione: in Puglia e in Toscana l'incremento più elevato, pari al 5,97% e al 5,73%.

È questo per sommi capi il quadro delineato nella quinta *Indagine sulle tariffe delle mense scolastiche*, con la quale **Cittadinanzattiva** ha preso in esame le tariffe di tutti i 110 capoluoghi di provincia, sia per la scuola dell'infanzia che per la primaria. La famiglia di riferimento è composta da tre persone (due genitori e un figlio minore), ha un reddito lordo annuo di 44.200 euro, con corrispondente ISEE di 19.900 euro. Nel calcolo della quota annuale del servizio di ristorazione scolastica si è ipotizzata una frequenza di 20 giorni mensili per un totale di 9 mesi, escludendo eventuali quote extra annuali e/o mensili. Ebbene, l'Emilia Romagna è la regione dove la mensa costa di più, con una spesa media mensile di 103; la Sardegna quella più economica con 65 euro. A livello nazionale, per la scuola dell'infanzia il costo medio del pasto è di 3,99 euro, quello mensile di 79,72 e l'annuale di 717,44, con un aumento minimo rispetto allo scorso anno, pari allo 0,65%. Nella scuola primaria, invece, il costo medio nazionale del singolo pasto è di 4,04 euro, su base mensile di 80,79 euro e annuale di 727,11 euro, con una variazione minima rispetto al 2019 pari allo 0,25%.

Fiumicino: per Chef Express la sesta caffetteria Panella

Chef Express ha aperto un nuovo bar caffetteria a marchio **Panella** nell'aeroporto di Fiumicino, agli arrivi del Terminal T3, con accesso dall'esterno dell'edificio, in prossimità dello stazionamento dei taxi. Per la società del **Gruppo Cremonini** si tratta di una soluzione "innovativa", adottata in collaborazione con **Adr**: consente infatti di erogare il servizio anche all'aperto, allo scopo di rendere più capillare l'offerta ed evitare assembramenti. Progettato nel rispetto delle norme anti Covid, il locale di 20 mq è dotato di vetrate che garantiscono trasparenza e distanziamento tra operatore e cliente. Anche l'armadio frigo per il servizio asporto **Grab&Go** offre la visione dei prodotti evitando il contatto.

Panella – Arte del pane dal 1929 è un marchio di panetteria e pasticceria romano che dalla storica sede in via Merulana, inaugurata quasi un secolo fa, è stato replicato in 6 location dall'azienda attiva nel settore della ristorazione in concessione a partire dal 2017. È a partire da questa data che infatti Chef Express ha portato il format nelle stazioni di Roma Termini, Bolzano, Roma Tiburtina, nell'aeroporto di Torino e nell'Ospedale Gemelli a Roma.



Wendy's sbarca in UK e sogna l'Europa

La seconda più grande catena di hamburger d'America, **Wendy's** ha un... european dream: dopo l'imminente sbarco nel Regno Unito, vuole conquistare l'Europa.

La prima location nella terra di Sua Maestà aprirà a Reading, seguita da Stratford e Oxford, portando nel mercato britannico alcune novità in menu. L'obiettivo è quello di sottrarre quote di mercato ai due principali operatori nel segmento fast food in UK, i connazionali **McDonald's** e **Burger King**, con l'apertura di 400 location e l'impegno a creare sull'isola 12.000 posti di lavoro. Certo, i tempi non saranno stretti, anche complice la fase attuale del foodservice, ancora pieno di incertezze per il post pandemia. E i competitor per ora sono lontani: Big Mac ha nel Regno 1.300 pdv. E tuttavia, il lancio nella testa di ponte inglese anticiperà l'espansione nel Vecchio continente, secondo il management del brand famoso per gli hamburger quadrati.

Mi'ndujo: il 5° Paninazzo Sanizzo a Roma

Mi'ndujo ha alzato la saracinesca nel CC Euroma2: lo street food made in Calabria apre a Roma il 5° pdv dove dominano la cucina regionale e le prelibatezze della Regione a sud d'Italia. L'anima calabrese del format nato nel 2007 traspare anche dai nomi dei panini che propone, alcuni dei quali riprendono i nomi dei luoghi più suggestivi e dei comuni della Calabria, come *Silano*, *Acri*, *Bisignano*. Tutti conditi con ingredienti freschi e genuini: dal pane bio appena sfornato a base di ogni proposta e varietà alla carne, fino alle proposte per i vegetariani. Su tutti domina il panino "della casa", Mi'Ndujo, realizzato con salsiccia calabrese fresca di giornata, 'nduja di Spilinga leggermente piccante, caciocavallo tutto latte e patate novelle con buccia. Risultato: oggi a "Mi'ndujo" viene associata l'etichetta di Specialisti del Paninazzo Sanizzo, artigianale, realizzato con prodotti genuini.



L'impasto viene realizzato nel punto vendita davanti agli occhi dei clienti e nasce da una Mi'ndujo ha programmato, su basi solide, un ambizioso progetto di sviluppo e mira all'espansione dei punti vendita in tutta Italia e, successivamente, in Europa.

A Greve in Chianti (FI) CIRFOOD gestirà nuovo centro cottura

Partiti da alcuni giorni i lavori che porteranno entro il prossimo autunno a dotare il **Comune di Greve in Chianti** (Firenze) di un nuovo centro cottura, attrezzato e tecnologico. Un intervento tra i più rilevanti del programma delle opere pubbliche che ha richiesto un investimento del valore di circa 400mila euro complessivi.

La nuova area destinata alla preparazione e alla somministrazione dei cibi è situata all'interno del punto cottura attuale, in un immobile di proprietà pubblica: la struttura sarà oggetto di ristrutturazione e riqualificazione secondo caratteristiche di compatibilità e tutela ambientale, garantendo il massimo risparmio energetico. Si tratta di uno spazio che verrà innovato e dotato delle attrezzature necessarie per la preparazione, la cottura e la distribuzione di un migliaio di pasti, destinati agli studenti del territorio iscritti alle scuole di ogni ordine e grado: i pasti saranno cucinati direttamente in loco dal personale della **CIRFOOD**, che ha in carico il servizio di refezione scolastica. E che, con l'amministrazione comunale, organizzerà un ciclo di lezioni di cucina che coinvolga bambini e genitori nel momento in cui le misure anti Covid lo consentiranno, con l'intenzione di utilizzare lo spazio per la realizzazione di attività educative che promuovano il consumo consapevole e valorizzino la qualità del menu scolastico.



Amos: a Saluzzo una cucina da 700mila pasti

Inaugurato il nuovo centro di cottura presso l'ospedale di Saluzzo, in provincia di Cuneo. Realizzato dalla società **Amos**, ha una capacità produttiva di 700mila pasti all'anno. In questo modo, il territorio nell'area Nord dell'Asl CN1, si è dotato di una struttura efficiente e centralizzata, organizzata secondo i più moderni processi di conservazione e lavorazione delle derrate, per la preparazione dei pasti a favore dei presidi ospedalieri di Saluzzo, di Savigliano, della residenza Spada RSA di Racconigi, delle Comunità Alloggio di Racconigi e Cussanio. L'impianto, costato 736mila euro (base d'asta 946 mila), di cui 225 mila per le attrezzature e 511 mila per lavori, deriva da un importante lavoro di recupero e ristrutturazione e si sviluppa su 595 metri quadrati di area di produzione e 40 destinati agli spogliatoi per 8 cuochi e aiuto cuochi, 4 autisti e 10 addette al servizio mensa (ci sono poi un'impiegata e un responsabile di servizio). Nei 5 centri di cottura di Amos (società nata nel 2020 che ha nella ristorazione collettiva il suo core business) a Cuneo, Ceva, Saluzzo, Asti e Alessandria sono prodotti circa 2,4 milioni di pasti l'anno. Il costo della giornata alimentare nell'Asl CN1 sarà di 11,30 euro. L'azienda gestisce anche 3 bar presso gli ospedali di Asti, Mondovì e l'azienda ospedaliera di Alessandria nonché il servizio di ristorazione presso il Covid Hotel "La Bussola". Nel comparto dedito alla ristorazione di Amos lavorano 62 uomini e 277 donne.





Alice Pizza festeggia la ripartenza a Milano

Con l'inaugurazione del locale *Alice Pizza Dergano*, **Alice Pizza** ha festeggiato la ripartenza in un quartiere di Milano nel duplice segno dei due leit motiv del format: l'essere "pizzeria di quartiere" per vocazione primigenia sul fronte retail e il "mangia con le mani" su quello dello stile easy che caratterizza l'insegna.

Marchio nato come pizzeria artigianale nel 1990 a Roma, oggi Alice ha un patrimonio di oltre 60 ricette di pizze al taglio, tipi-

che della tradizione romana e italiana in teglia, conta 180 pdv, in Italia e all'estero, e 2.000 dipendenti. Nel 2019, l'azienda ha visto l'ingresso di un fondo di investimento italiano, **IDeA Taste of Italy**, che progetta uno sviluppo ancora più serrato. In questo ultimo anno, nonostante il particolare momento storico, le nuove aperture non si sono mai interrotte ma è adesso che il brand guidato da **Claudio Baitelli** riprende lo sviluppo pigiando l'acceleratore.

Il trend positivo di Marr

Il consiglio di amministrazione di **Marr S.p.A.** ha approvato il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2021. A fronte di ricavi totali pari a 188,6 milioni, i ricavi per vendite del primo trimestre sono stati pari a 186,2 milioni di euro (che si confrontano con i 259,7 milioni del pari periodo dell'anno precedente). L'Ebitda consolidato di periodo è stato di 108 mila euro rispetto ai 3,6 milioni dell'anno precedente; l'Ebit è pari a -7,0 milioni rispetto a -4,2 milioni del primo trimestre 2020. Il risultato netto del primo trimestre 2021 si posiziona a -6,3 milioni e si confronta con i -4,0 milioni dell'anno precedente. Nel valutare le prospettive, la società del gruppo **Cremonini** attiva nella commercializzazione e distribuzione al foodservice di prodotti alimentari e non food, ha segmentato il trimestre per singolo mese. Ebbene, se a gennaio e febbraio la flessione dei ricavi totali è stata pari rispettivamente a -56 ed a -37 milioni, nel mese di marzo il recupero verso l'analogo mese dell'anno precedente è stato di 20 milioni (+42%). Valore confermato nel mese di aprile che, con ricavi totali di poco superiori a quelli del mese immediatamente precedente, ha conseguito un incremento di ben 48 milioni (di cui circa 4 milioni relativi alle recenti acquisizioni) rispetto all'aprile dello scorso anno (circa 76 milioni nel 2021 rispetto ai 28 milioni nell'aprile 2020). Di pari passo si è mossa la redditività. Trend che permettono di confermare il timido ottimismo già espresso appena chiuso il primo trimestre.



Arredamenti



Self Service



Cappe



Carrelli

Metaltecnica Produzioni Srl - Via Rossini 26, 47814 Bellaria (RN)
Tel. +39 0541 347852 | Fax +39 0541 347880
info@metaltecnica.com | metaltecnica.com

Dal DL Sostegni un aiuto al settore primario

Stanziati 150 milioni di euro per il fondo di sviluppo e sostegno delle filiere agricole, della pesca e dell'acquacoltura: con l'approvazione definitiva alla Camera, il *DL Sostegni* è legge. In attesa che il Governo vari il provvedimento bis, diverse le misure a sostegno del settore primario dell'economia nazionale. Accanto al contributo a fondo perduto, infatti, il provvedimento stanziava 301 milioni di euro per l'esonero contributivo previdenziale e assistenziale per il mese di gennaio e altri 150 milioni per il fondo di sviluppo e sostegno delle filiere agricole, della pesca e dell'acquacoltura, che si aggiungono ai 160 milioni della legge di bilancio e ai 1,2 miliardi del fondo complementare al PNRR. Non solo: è previsto anche il trattamento di integrazione salariale per i lavoratori dipendenti agricoli a tempo indeterminato (CISOA), lo stanziamento di un milione di euro per le attività di acquacoltura, pesca e ripopolamento concessionarie di aree demaniali, anche per la realizzazione di manufatti destinati al prodotto ittico, e 500mila euro per l'accordo Mipaaf-Enama (ente nazionale meccanizzazione agricola) per l'innovazione e la sostenibilità delle macchine agricole. Infine, vengono introdotte nuove disposizioni sui prodotti ortofrutticoli di quarta gamma, prorogate le norme in materia di imballaggi ed esteso il "conto termico 2.0" sino al 31 dicembre 2022 per impianti di piccole dimensioni di imprenditori agricoli.



Per VIVO 5° ristorante di pesce fresco a Milano

Dopo Milano-City Life, Firenze, Capalbio e Parma, **VIVO** apre il suo secondo ristorante nel capoluogo meneghino, in zona Moscova, a ridosso del quartiere Brera. Per la catena della famiglia Manno si tratta dunque del quinto pdv in Italia.

La nuova location, collocata in via Statuto 16, è dotata di un dehor di ampie dimensioni, caratterizzato dalla presenza di un gozzo originale del 1965, ristrutturato a mano da Mileo, uno degli ultimi maestri d'ascia dell'Argentario.

Proprio la zona cui si ispirano i piatti tipici serviti nei ristoranti VIVO, format specializzato nella cucina di pesce fresco.

Il brand VIVO è parte del gruppo Manno, con sede in provincia di Grosseto, che comprende anche **Manno Milano** e **Manno Roma** (entrambi attivi nella vendita di prodotti ittici a Gdo, pescherie, ambulanti, ristorazione), **Jean Dero** (acquisto e confezionamento del pesce in Francia, vicino a Boulogne Sur-mer) e **Roman's** (distributore specializzato in ostriche della Bretagna).

Due tagli nastro a Novara e Roma per PIZZIU

PIZZIU apre a Novara il quarto punto vendita in Piemonte e a Roma il secondo nella Città eterna: il concept di pizzerie napoletane, che conta ormai 22 store, prosegue la sua crescita con due nuovi punti vendita rispettivamente da 70 coperti all'interno e 20 nel dehor e da 70 complessivi.

Anche nelle due nuove location, il format nato nel 2017 e guidato dal ceo **Stefano Saturnino** offrirà ai suoi clienti i sapori d'Italia con una ricca selezione di pizze regionali realizzate con ingredienti Dop, Igp e locali di alta qualità.

Le pizze e gli abbinamenti sono creati da **Nanni Arbellini**, maestro pizzaiolo napoletano di grande esperienza e socio fondatore, che propone un menu unico caratterizzato da sapori autentici, con la pizza napoletana classica realizzata con farina di tipo "0" in abbinamento alle eccellenze gastronomiche italiane. Nel ristorante di Novara è disponibile anche l'offerta di O'Shop, dove i clienti possono acquistare la selezione di prodotti regionali a marchio tutelato di PIZZIU.



Matteo Orlandini eletto presidente di Anseb

Matteo Orlandini è il nuovo presidente di **Anseb**, l'associazione che raccoglie i maggiori emettitori di buoni pasto. Il 40% dei lavoratori che durante la pausa pranzo mangia fuori casa usa i sostituti di mensa in 170.000 esercizi convenzionati, piccoli bar e ristoranti in primis.

Risultato: il buono pasto è il benefit di welfare aziendale di gran lunga preferito dai lavoratori. Il mercato vale 3 miliardi, il 30% riferibili alla pubblica amministrazione e assegnati dalla centrale acquisti nazionale *Consip*, con una maxi gara giunta quest'anno alla nona edizione. Sono circa 100.000 le aziende, gli enti e le amministrazioni che usano i buoni pasto per riconoscere a 2,5 milioni di loro dipendenti il diritto al pasto in pausa pranzo: 1,7 nel settore privato, 900.000 in quello pubblico.

Ancora pochi se si considera che i lavoratori subordinati in Italia sono quasi 18 milioni. Prima della pandemia il buono pasto era usato al 70% nei bar, ristoranti, gastronomie e per il 30% nella grande distribuzione.

Durante la crisi, queste percentuali si sono capovolte: l'80% dei voucher viene impiegato nella grande distribuzione, il 20% in bar, ristoranti e nelle mense diffuse.



MATTEO ORLANDINI,
presidente Anseb

Sicilia, il Tar annulla gara da 156 milioni per i pasti negli ospedali

"L'è tutto sbagliato, l'è tutto da rifare": lo diceva un "toscanaccio doc" come Gino Bartali ma va bene anche in Sicilia, dove il **Tar di Palermo**, al termine di una battaglia legale durata oltre due anni, ha annullato la maxi gara da oltre 156 milioni e mezzo suddivisi in 12 lotti per i servizi di ristorazione all'interno delle aziende sanitarie dell'isola: i giudici amministrativi hanno infatti accolto il ricorso presentato da **Cot Ristorazione** contro la gara. Contestato in dettaglio alla Centrale unica di committenza della Regione la modifica in corso d'opera dei termini dell'appalto e una scarsa chiarezza su personale e cucine da utilizzare.

Un passo indietro: per porre fine al caos nel settore, Palazzo dei Normanni decide di bandire una gara unica per i servizi di ristorazione all'interno di Asp e ospedali della Trinacria: l'importo è enorme, ma nel capitolato mancano ad esempio i prezzi unitari dei singoli pasti. Così, in corso d'opera, le regole vengono modificate: proprio contro questa operazione, però, si schiera Cot, che ritiene che una mossa del genere abbia alterato la competizione. Palla al centro: la gara è da rifare.



Tanitaly
Gransole
alla semola
*La domenica,
tutti i giorni*

.....

Semola di grano duro macinata in Italia
SENZA LIEVITO DI BIRRA AGGIUNTO
Crosta croccante e mollica leggera
Buono anche il giorno dopo

.....

Una **ricetta semplice** e con **pochi ingredienti**, un gusto deciso e dal colore caldo e intenso, in un **formato che proviene dal passato: la pagnotta**.
Un pane che riporta alla memoria **i pasti conviviali in famiglia della domenica** e che oggi, grazie al nostro **Gransole**, si possono assaporare **tutti i giorni**.

Per info:
Tel. +39 0245864304
commercialeitalia@delifrance.com

Al via PizzAut, la pizzeria dei "ragazzi speciali"

A lungo rinviata causa pandemia, festa grande per l'opening di **PizzAut**. Inaugurato a Cassina de' Pecchi, in provincia di Milano, nel locale pizzeria lavora un gruppo di ragazzi autistici, guidati dal padre di uno di loro, **Nico Acampora**.

Presenti alla cerimonia autorità locali, tra cui spiccava la sindaco del comune lombardo **Elisa Balconi** tra i primi cittadini dell'Adda Martesana, e nazionali, con la senatrice capogruppo del Pd **Simona Malpezzi**, e, in veste di madrina, la presidente del Senato della Repubblica, **Maria Elisabetta Casella-ti**. La quale ha ricordato come questa apertura sia figlia di un impegno che va avanti da più anni. Nonché il coronamento di iniziative anche clamorose, come quando, due anni fa, i ragazzi di PizzAut erano scesi a Roma, per offrire le loro pizze ai politici davanti a Montecitorio, per ricordare ai membri delle Camere l'importanza delle norme a favore della disabilità e



del lavoro come forma di inclusione. E il locale sarà proprio un luogo dove i ragazzi potranno crescere e lavorare, come ha detto Acampora. Che ha poi ricordato che, quando il progetto è partito tre anni fa, in pochi erano pronti a scommetterci. Adesso però non ci si può fermare. Non basta un solo PizzAut: in Italia ci sono 600mila persone con autismo, vuol dire un italiano ogni 100. Occorre costruire lavoro per tanti ragazzi, per la loro dignità e per le loro famiglie. Occorre pensare al post pandemia anche per loro.

Five Guys e la sua prima ghost kitchen negli States

Encore Restaurant, il più importante affiliato della catena di fast food **Five Guys**, ha annunciato il varo della sua prima cucina fantasma in Nord America. Dopo il format filippino **Jollibee**, anche l'hamburgeria apre nella madrepatria, precisamente in Texas, la prima dark kitchen, sebbene attraverso un master franchisee.

Una opening che si inquadra perfettamente nella strategia post Covid del format e del food retail in generale: puntare molto, tutto o quasi sul delivery. Il presidente di Encore, **Dale Doerhoff**, ha dichiarato che la società è "fiduciosa che questa location sarà un

successo" mentre **Matt Reid**, vicepresidente delle operazioni, ha aggiunto che la nuova cucina è stata "ottimizzata per la consegna con tutta la tecnologia necessaria per mantenere bassi i costi di cibo e manodopera, massimizzare i profitti e garantire alta qualità degli ordini in consegna".

La consegna, già: delle 28 nuove aperture operate da Encore durante il Covid, tutte hanno puntato molto proprio sul delivery, dal momento che i ristoranti di Five Guys non dispongono di Drive thru.

Dopo Tirana, Modena: Lowengrube riparte in Italia e all'estero

Lowengrube, la catena in affiliazione che promuove l'autentica esperienza di ristorazione bavarese, ha aperto a Modena il suo ristorante birreria più grande d'Italia. Il taglio del nastro della seconda location in Emilia-Romagna segna la ripresa del programma di crescita del brand anche in Italia, dopo l'opening all'Arena Center di Tirana, in Albania, ai primi di aprile. Un duplice investimento "in un periodo particolarmente complesso per la ristorazione italiana: un bellissimo segno di rinascita ad opera di un gruppo di imprenditori che credono nel futuro del territorio", sottolineano **Pietro Nicastro** e **Monica Fantoni**, fondatori nel 2005 dell'insegna e nel 2014 di **Lowen-Com**, che si occupa dello sviluppo in franchising di Lowengrube, che oggi conta 21 locali. La bierstube di Modena, già pronta da tempo ma in apertura ora con la ripresa delle attività di ristorazione all'aperto, darà lavoro a una sessantina di addetti, che si aggiungono alle oltre 350 persone impiegate in tutta Italia considerando i locali gestiti direttamente dai fondatori e dai numerosi affiliati, che in questi anni hanno deciso di investire nel format bavarese. E dopo la prima bandierina all'estero nel Paese delle Aquile, altre aperture sono in fase di valutazione sempre nell'area balcanica, con Serbia e Montenegro in pole position.





Tu scegli di nutrire il suo benessere.
Noi un'alimentazione sana e bilanciata.



Per noi la ristorazione è più di un gesto, è un atto d'amore che ogni giorno dedichiamo alle persone nelle aziende, nelle scuole, negli ospedali e nelle case di riposo. Per questo dietro ai nostri servizi di ristorazione non ci sono solo ingredienti giusti e di qualità, ma più attenzione e più cura per i nostri clienti.
camstgroup.com

camst
ristorazione | Più di una
scelta

Roadhouse apre 25 locali nel 2021 e lancia Billy Tacos



Entro la fine dell'anno 25 nuovi ristoranti da nord a sud dello Stivale: ingrana la quinta la ripartenza di **Roadhouse**, società del **Gruppo Cremonini**, pronta a lanciare un nuovo format ispirato alla cucina messicana, **Billy Tacos**.

La società guidata da **Nicolás Bigard** ha già perfezionato quattro opening: due locali a Casalecchio di Reno (Bo), uno a marchio Roadhouse e l'altro **Cavalera**, più altri due ristoranti all'interno del centro commerciale **Algo** a Merano (Bz), in questo caso un Roadhouse e la new entry **Billy Tacos**.

In programma altri due Roadhouse, a Livorno e Bolzano, e, nelle prossime settimane, seguiranno nuovi pdv a Parma Ovest, Peschiera del Garda, Ostia (Roma), Perugia e Pisa. Per arrivare a 25 entro la fine del 2021. Per ciascuna apertura, Roadhouse cerca 20 giovani da inserire nello staff.

Hekfanchai: lo street food di Hong Kong si fa in tre

Dopo il successo del primo "Bing Shi" o "piccola trattoria popolare" in via Padova aperta lo scorso ottobre, **Hekfanchai** taglia il nastro ad altri due locali in zona Sarpi e Crocetta a Milano. Dopo la primissima sede aperta in via Padova 3 nell'autunno scorso, il format di street food di Hong Kong arriva dunque in altre due aree del capoluogo lombardo. Un investimento e un dop-



pio segnale concreto quello che il ceo **Eric Yip** e il suo team vogliono dare alla città, in un momento storico in cui speranza e positività siano di buon auspicio per i prossimi mesi di attività ristorativa.

Hek significa mangiare, *Fan* pasto e *Chai* vuol dire giovane: "Il giovane a cui piace mangiare" esprime dunque il mood e la filosofia di Hekfanchai, nato dall'idea di un team di persone tra i 20 e i 30 anni che vuole portare la vera cul-

tura gastronomica di Hong Kong in Italia. Una cultura che nasce dall'incontro tra la cucina occidentale inglese e quella cinese, quando dal 1841 e per i successivi 200 anni Hong Kong è stata una colonia di Sua Maestà britannica: un vero e proprio "fusion" inedito che si adatta perfettamente a gusti e tendenze italiane.

Con Hosteria da Valerio i piatti di chef Bertol al Catullo di Verona



Hosteria da Valerio con i piatti dello chef **Cristian Bertol** apre all'Aeroporto Catullo di Verona.

Collocato alle partenze dello scalo, il ristorante di **Punto Grill Services** nasce dalla collaborazione con il famoso cuoco, che ha intrapreso un'attenta selezione delle materie prime per proporre menu stagionali in grado di esaltare i sapori e valorizzare i territori di produzione. Il già stellato Bertol con il ristorante di famiglia, **Villa Orso Grigio**, è conosciuto dal grande pubblico come ospite della trasmissione televisiva *La prova del cuoco* su Raiuno.

La formula, già collaudata in altri aeroporti, si basa qui su un'offerta ristorativa che attinge dalla tradizione enogastronomica trentina e veronese come ha detto **Enzo Rosat**, amministratore delegato di Punto Grill Service, che nasce dall'esperienza trentennale maturata nella società di famiglia **Ristop**.

Prosegue così nell'aerostazione scaligera la graduale riapertura, per accogliere i viaggiatori italiani ed europei. Ci sono infatti importanti segnali di ripresa: oltre 1.500 passeggeri al giorno da inizio aprile hanno utilizzato l'aeroporto, sono state aperte 7 nuove destinazioni e i vertici della società hanno elaborato un piano di rilancio generale per una ripartenza dei viaggi in totale sicurezza.



rise with *sodexo*

COSTRUIRE INSIEME UNA NUOVA NORMALITÀ

Il nostro approccio alla quotidianità è in continua evoluzione e questo ci offre l'opportunità di ripensare e immaginare nuovi modi di vivere, lavorare e prenderci cura di noi e degli altri.

In ogni settore, ogni organizzazione può intraprendere il proprio percorso per abbracciare il cambiamento e costruire una nuova normalità. **E Sodexo è il partner giusto per questa sfida.**

it.sodexo.com



È urgente un cambio di passo

Già da un po' spirava un refolo che faceva gonfiare le vele della ripresa. Poi, nelle ultime settimane, questo vento ha preso più forza sospinto dal continuo e massiccio aumento del numero dei vaccinati. In Europa, buona parte dell'Asia, America del Nord e Australia sono sorti argini robusti contro la diffusione del virus. E subito la prospettiva di un ritorno alla normalità è diventata concreta. Dopo il tragico clima che ha dominato a lungo, anche i grandi motori dell'economia mondiale hanno così preso a girare più in fretta sino a produrre segnali di surriscaldamento.

Ha cominciato la Cina con un aumento, in aprile, del 6,8 per cento nei prezzi alla produzione: ai massimi da ultimi quattro anni. Poco dopo negli Stati Uniti l'inflazione è schizzata al 4,2 % annuo. Il Tesoro Usa e la Federal Reserve si sono affrettati a definire il rialzo come una fiammata momentanea, stroncando ogni ipotesi di mutamento della politica di stimolo all'economia. Malgrado queste rassicurazioni il dollaro si è rafforzato e l'inflazione – legata a un'impennata della domanda a fronte di un'offerta che, in particolare per le materie prime, arranca – ha toccato il livello più alto dal 2008; molti esperti ritengono perciò che continuerà a spingere sui prezzi.

Anche in Europa le vaccinazioni a tappeto e un allentamento dei freni alla mobilità, da tempo introdotti a causa della pandemia, autorizzano aspettative positive. Lo conferma la Commissione Ue che il 12 maggio ha rivisto al rialzo le sue previsioni per il 2021-22. Qui c'è maggiore fiducia in un andamento sotto controllo dell'inflazione: si stima che nei Paesi dell'Euro il suo tasso non dovrebbe superare l'1,7 per cento. Su questa base Bruxelles prevede, per quest'area, un Pil in consistente aumento (+4,3% nell'anno in corso e +4,4% nel prossimo): "rimbalzo" notevole se si considera che nel 2020 la contrazione dell'area aveva superato il 6 per cento.

Sono obiettivi strettamente legati all'ipotesi di un efficace decollo del Programma di ripresa e resilienza della Commissione Europea. Questo strumento è stato infatti concepito per contribuire ad alimentare un flusso di investimenti negli Stati dell'Unione senza il quale la ripresa non potrà decollare. Non a caso **Paolo Gentiloni**, commissario Ue agli Affari economici, sottolinea un dato: nel 2022 la quota degli investimenti nell'area rispetto al Pil sarà la più alta degli ultimi 11 anni. C'è da augurarsi che si tratti di previsioni confermate, poi, dai fatti. Perché la ripresa europea, come lo stesso Gentiloni riconosce, si annuncia "a più velocità". Alcuni Paesi saranno cioè più pronti a cogliere le potenzialità offerte dal mutato scenario economico mentre altri accuseranno il freno di questioni irrisolte, ben più antiche della tempesta Covid.

Il rischio è perciò che si accrescano le divergenze all'interno dell'Unione, con nuove difficoltà per il percorso di unificazione europea ma anche con più gravi problemi per alcuni degli Stati membri. Fra questi, e purtroppo ai primi posti, c'è l'Italia.

Bruxelles, sulle prospettive del nostro Paese, appare meno ottimista di quanto sia stato, di recente il Governo. Le stime comunitarie sono comunque positive per la ripresa italiana, accreditata di un +4,2 nel 2021, seguito, l'anno successivo, da un +4,4 per cento; i vertici dell'Unione sottolineano però che l'Italia, per con-

seguire una ripresa duratura, dovrà affrontare anche il tema del suo debito pubblico.

Questo - che nello scorso marzo ha toccato un nuovo record sfiorando il 160% del Pil- costituisce senza dubbio, assieme alla tenuta del mercato del lavoro, il nodo più assillante per il Paese.

Peso del debito pubblico e livello dell'occupazione sono due problemi diversi ma legati da un aspetto comune: entrambi, per avvicinarsi a una condizione che non li renda dirompenti, hanno bisogno che l'attività produttiva innesti una marcia in più.

L'Italia nell'ultimo quarto di secolo ha segnato il passo; poi, dal 2018, la sua economia è andata ancor peggio. Alla fine del 2019 - prima della pandemia - il reddito di un italiano corrispondeva a poco più della metà di quello di un cittadino degli Stati Uniti, mentre nel 1995 ne rappresentava il 70 per cento. Nel 2001 il reddito pro-capite di un italiano era oltre l'82% di quello di un tedesco; nel 2019 questa percentuale si era ridotta a meno del 68 per cento. Esploso il Covid abbiamo subito altri, pesantissimi, colpi. E gli esperti della Ue, malgrado stimino per l'Italia una crescita in linea con quella dell'Eurozona, prevedono che il nostro sarà l'unico Paese dell'area che neppure a fine 2022 riuscirà a recuperare i livelli pre-Covid, perché qui il virus e i blocchi che esso ha reso necessari hanno prodotto danni del 35% superiori alla media europea. L'unico modo per evitare che la distanza fra Italia ed Europa cresca ancora e per reggere a un mercato internazionale che nella fase post Covid sarà sempre più concorrenziale è un Pil che cresce, decisivo del resto anche per rendere il debito sostenibile.

A questo scopo serve l'impulso di provvedimenti ben mirati. Solo questi, infatti, alimentano consumi e investimenti, molle di un'autentica ripresa.

Le misure adottate sinora non hanno però tenuto abbastanza conto di quanto la crisi provocata dalla pandemia sia stata asimmetrica: la manifattura, da cui viene circa il 20% del Pil e che in buona misura ha tenuto, ha ricevuto sostegni relativamente consistenti. Minore è stata l'attenzione per i servizi, per il turismo e soprattutto per il vasto indotto, a cominciare dalla ristorazione e dall'alberghiero, che ad esso si lega. Eppure è proprio in quest'area che pandemia e lockdown hanno creato i danni più devastanti.

Esiste un termometro di questo squilibrio: il Pmi, l'indice che misura le decisioni dei responsabili acquisti dei diversi settori. Le rilevazioni più recenti dicono che, per l'industria, esso è oltre i 60 punti: livello che attesta ripresa; per i servizi è invece a 48: segnale di una condizione ancora statica. Quanto ai consumi, mentre l'inflazione fa lievitare i prezzi dei beni energetici, i dati adombrano un crollo. Secondo il focus Confcommercio-Censis, diffuso il 18 maggio, un italiano su quattro ha ancor meno risorse di un anno fa e la crescita resta debole. È urgente perciò un cambio di passo.

Il percorso che porta a uscire dall'incubo Covid sembra vicino alla conclusione. Sarebbe imperdonabile commettere errori proprio nell'ultimo tratto di strada.

Antonio Duva



Infi ClearKit™

Clearkit vanta un'esperienza pluriennale nel settore dei servizi alle aziende legate al mondo della **ristorazione collettiva** ed al **confezionamento di prodotti** destinati alla **protezione individuale**. Siamo specializzati nel proporre **soluzioni all'avanguardia** in grado di rispondere alle sempre crescenti esigenze legate al commercio di beni "sensibili".

Realizziamo kit di posate in acciaio lavate e sanificate in apposite confezioni in polipropilene o in materiale biodegradabile e compostabile.

Infi ClearKit™

Via Giovanni Donghi n.8, 20811, Cesano Maderno (MB)
commerciale@clearkit.it
+39 348.3373532 | ++39 0362 687643



www.clearkit.it

Il cuoco **in cattedra**

Nate negli ultimi anni come luoghi di formazione, ricerca, confronto e aggregazione, le accademie interne create dalla SRC svolgono anche un importante ruolo per studiare forme di ristorazione innovative e sostenibili

di M.L.Andreis



Nate come luogo di formazione del personale, le accademie interne alle SRC hanno ampliato i loro scopi originari: oltre ad aggiornare gli chef rispetto alle più recenti novità del settore, sono infatti i luoghi privilegiati dove sviluppare prodotti, ricette e tecniche di preparazione dei cibi. La formazione è occasione di sviluppo delle competenze certo, ma anche momento di scambio e conoscenza reciproca: è nelle accademie che crescono e si valorizzano le tante professionalità interne, in

linea con le scelte strategiche aziendali, dallo sviluppo operativo allo sviluppo competitivo. Ma tali strutture stanno anche fornendo un contributo vitale al ripensamento del servizio di ristorazione in un'ottica di economia circolare, allo sviluppo di processi di produzione virtuosi, poco impattanti, equi e ad alto valore sociale e territoriale. Vediamo allora che ruolo e quali attività svolgono le accademie all'interno di alcune delle principali realtà della ristorazione italiana.

Elior: best practice e knowledge sharing

La **Food Academy** di **Elior** è il centro dove il colosso del foodservice guidato da **Rosario Ambrosino** studia e sperimenta un modello e una proposta di ristorazione che sappiano coniugare la salute e il benessere con le esigenze di una nuova cultura del cibo nel campo della ristorazione. Aperta nel 2019 presso il *Bodio Center* a Milano, è concepita come il punto di incontro tra di-



ROSARIO AMBROSINO,
AD Elior

WHAT IS AVAXHOME?

AVAXHOME-

the biggest Internet portal,
providing you various content:
brand new books, trending movies,
fresh magazines, hot games,
recent software, latest music releases.

Unlimited satisfaction one low price

Cheap constant access to piping hot media

Protect your downloadings from Big brother

Safer, than torrent-trackers

18 years of seamless operation and our users' satisfaction

All languages

Brand new content

One site



AVX LIVE . ICU

AvaxHome - Your End Place

We have everything for all of your needs. Just open <https://avxlive.icu>



verse competenze con partner d'eccellenza del mondo del food. "Nasce infatti con l'obiettivo di analizzare e sviluppare nuove proposte nutrizionali per rispondere alle numerose richieste di benessere legate al cibo, trasversali a tutti i nostri utenti", ci spiega l'amministratore delegato di Elixir. "Lavoriamo per andare incontro a tutte le necessità: per il mondo aziendale abbiamo sviluppato servizi altamente personalizzati, come ad esempio MyDiet, che consente di seguire un regime alimentare sano, bilanciato e costruito ad hoc, anche con il supporto di dietisti. Per il settore della ristorazione per gli anziani abbiamo creato Nutriage, per affrontare le specificità di questa fase della vita con programmi nutrizionali specifici e in grado di favorire la prevenzione di eventuali problemi di salute o di coadiuvare la gestione delle malattie croniche più comuni nella terza età. Infine, poniamo grandissima attenzione all'educazione delle nuove generazioni, con progetti specifici che realizziamo anche nelle scuole, per promuovere una cultura alimentare salutare e sostenibile, contribuendo a rendere i bambini, gli adulti di domani, sempre più consapevoli dell'importanza di una dieta adeguata alle proprie necessità nutrizionali e responsabile nei confronti dell'ambiente".

All'interno della Food Academy viene affrontato tutto il processo di preparazione dei pasti: partendo dall'analisi della materia prima, passando per lo studio di nuovi processi e tecniche di trasformazione degli alimenti con strumenti di alta tecnologia e per soluzioni di risparmio energetico e non spreco, sino a far evolvere menu e proposte di servizio. Senza trascurare la formazione del personale della SRC, prima certo ma anche durante la pandemia: "Abbiamo investito in particolare nella creazione di un Food Academy Virtual Hub, che ci permette di realizzare le nostre attività di formazione anche da remoto e di confronto con clienti e fornitori", riprende Ambrosino. "Questo ci ha consentito di proseguire nell'attività di confronto sulla ristorazione di domani con tutti i nostri stakeholder e di dare continuità alle attività di formazione. A questo proposito abbiamo creato un'area Elixir School per erogare training ai nostri collaboratori attraverso lezioni in streaming e la possibilità di interagire con i formatori con dei sistemi di Q&A". Sono molte le persone coinvolte direttamente nelle varie attività di Food Academy, e ancora di più quelle raggiunte direttamente grazie a un approccio di formazione orientato al knowledge sharing. "Questo

concetto, per fare un esempio, è alla base del programma Chef Ambassador lanciato a fine 2019 con il coinvolgimento di 43 chef di Elixir, che hanno avuto l'opportunità di accedere a corsi di formazione specializzati curati da Carlo Cracco", ricorda il manager. I cuochi che hanno partecipato al programma sono stati successivamente chiamati a condividere con i propri colleghi quanto appreso, prima di tutto gli altri chef che a loro volta trasmettono le competenze alle proprie brigate, con l'obiettivo di assicurare a tutta l'azienda la condivisione di best practice da applicare quotidianamente nel lavoro. "La nostra Academy è sempre una fucina di nuove idee", chiarisce l'AD, "in questo periodo stiamo studiando soluzioni per interpretare al meglio la fase storica che stiamo vivendo e che ha cambiato profondamente il mondo della ristorazione, con l'obiettivo di rispondere sempre al meglio alle esigenze dei nostri utenti. Un filone che intendiamo sviluppare è soprattutto quello legato alle nuove generazioni: la pandemia, che ha causato la lunga chiusura delle mense scolastiche, ha evidenziato in maniera molto forte il ruolo della ristorazione collettiva nel garantire un servizio essenziale per il benessere dei più giovani sia in termini di nutrizione che

di educazione". La n Food Academy punta a costruire insomma percorsi di sensibilizzazione in grado di andare anche oltre la scuola, ad esempio studiando modelli di coinvolgimento dei genitori e di tutti coloro che hanno un ruolo di guida per i ragazzi.

Il progetto Food Academy ha anche un altro merito: "Tutti i programmi che realizziamo per i collaboratori sono definiti sulla base di una mappatura puntuale dei nostri obiettivi di business, così da rispondere pienamente alle necessità di sviluppo e crescita dei nostri professionisti". In questa ottica, è da ricordare come Food Academy sia al centro di una rete di relazioni che vede la collaborazione con un ampio ventaglio di stakeholder come istituzioni scientifiche italiane e internazionali, professionisti nel mondo della nutrizione, tecnologi alimentari, clienti, università come quella di Scienze Gastrointestinali di Pollenzo, chef stellati e associazioni come Banco Alimentare.

Pellegrini: soluzioni all'avanguardia

L'Accademia Pellegrini, realtà della ristorazione forte di 10mila collaboratori in 600 ristoranti che servono 370 clienti primari, nasce nel 2015, in coin-



ANDREA FUMAGALLI,
direttore Accademia Pellegrini



cidenza con il 50° anno dalla fondazione dell'azienda. Con uno scopo preciso: essere un incubatore di progetti d'innovazione e un acceleratore della loro divulgazione attraverso la formazione interna.

Questa realtà è costantemente cresciuta all'interno delle sedi di Milano e Peschiera Borromeo, dove trova posto, tra l'altro, un'area modernamente attrezzata per la formazione teorica e pratica degli chef e delle risorse operative, oltre al "laboratorio" sperimentale per lo sviluppo continuo di prodotti, ricette e tecniche di preparazione.

In termini di volumi prodotti, si può dire che nell'ultimo quinquennio sono stati formati oltre 3.000 individui all'anno (circa il 35% dei dipendenti), distribuiti su una media di 350 eventi formativi annui.

Pertanto, la struttura non guarda solo alla formazione "interna", ma si occupa anche di quella "esterna" (clienti e consumatori) con attività di promozione della cultura alimentare, ovvero uno degli obiettivi al 2030 del Bilancio di Sostenibilità della Pellegrini, per incidere sulla salute e il benessere dei nostri utenti.

"Le parole chiave per descrivere l'Accademia sono: ricerca, sviluppo e formazione", esordi-

sce **Andrea Fumagalli**, direttore dell'Accademia Pellegrini. Tutto quello che viene pensato, elaborato e trasmesso è il frutto di investimenti strutturali finalizzati a: ricerca e sviluppo di soluzioni all'avanguardia per accelerare l'innovazione; studio di nuovi modelli di business che anticipino i trend di mercato; definizione e promozione di best practices e delle regole sulla buona gestione; formazione continua e valorizzazione delle risorse umane; fare rete e promuovere il dialogo e la partnership con istituzioni e realtà di primario valore.

Il filo conduttore di ogni iniziativa viene realizzato con attenzione ai concetti di sostenibilità che l'azienda ha declinato in un concreto Bilancio di Sostenibilità, con importanti obiettivi nel decennio 2020-2030. *"Questa è la nostra filosofia chiamata anche: 'vivi meglio, vivi sostenibile'",* riprende il manager. Che ci spiega poi come in un contesto in cui cambiano i modelli di organizzazione della vita lavorativa nel quotidiano (smartworking e riduzione dell'affollamento nelle sale ristorante, solo per citarne alcuni), l'Accademia si sia concentrata sullo sviluppo delle migliori risposte da offrire alle aziende che evolvono di conseguenza.

Innovazione delle tecnologie

produttive del pasto, revisione dei modelli organizzativi del servizio e miglioramento della capacità di interagire con il singolo consumatore (sempre più attore consapevole e informato rispetto alle scelte alimentari), sono l'ambito di prevalente impegno oggi sempre più necessario.

"In questa ottica evolutiva si inserisce pienamente anche l'operazione di acquisizione di MyMenu, una società di delivery (100% italiana), opportunità per Pellegrini di arricchire il ventaglio di soluzioni per i clienti e i loro utenti, spaziando dal mondo del welfare fino alla dimensione del B2C, passando per la ristorazione collettiva più moderna e integrabile con soluzioni B2B2C (non solo per il pranzo)", aggiunge Fumagalli.

Per il domani, rimarrà prioritaria la sfida che ci vede impegnati nel raggiungere il "cosa, come e quando" del momento del pasto nel prossimo futuro (e non necessariamente per il solo pranzo in ufficio).

"In un contesto in rapida evoluzione delle abitudini dei clienti e degli utenti, queste sono le nuove variabili a cui vogliamo dare una risposta, coprendo tutte le esigenze: dalla ristorazione con cucina in loco, alle pietanze prodotte da Kitchen Lab e consegnate al desk, dal vending evoluto ai buoni pasto, fino al delivery a casa o in ufficio (anche del proprio ristorante preferito)."

L'Accademia ha poi un'altra importante funzione interna: *"Ci piace sapere che possa essere (per tutti i livelli della struttura aziendale, indistintamente) uno degli stimoli al miglioramento continuo e al rafforzamento del senso di appartenenza a una realtà che opera con processi sempre più aggiornati ed efficienti, coerenti con gli obiettivi di sostenibilità ed etica aziendale, in modo da divenire sempre più attrattiva per i nuovi talenti, oltre che fidelizzarli",* chiosa il direttore dell'Accademia Pellegrini.

CIRFOOD: 100mila ore di formazione all'anno

L'Accademia di **CIRFOOD**, 13mila collaboratori, 1.200 punti di servizio e 100 milioni di pasti serviti nel 2019, è nata nel 2005 per formare, accrescere le competenze e consolidare le abilità di tutta la nostra popolazione aziendale e fornire così servizi ad alto valore aggiunto ai clienti. I percorsi sono erogati, sia in aula che a distanza, attraverso una piattaforma e-learning, con il supporto di docenti interni all'impresa e partner esterni. Al netto dei mesi interessati dall'emergenza, l'Accademia eroga una media di circa 100.000 ore di formazione annua tra training on the job ed attività in aula ed e-learning, coinvolgendo tutti i nostri dipendenti.

Per una cooperativa come CIRFOOD, le persone sono il vero asset per il successo nel mercato e i percorsi formativi permettono di incrementarne la crescita. *"Nel 2019, abbiamo aumentato dell'1.2% le ore per la formazione, rispetto al 2018, coinvolgendo 7.643 dipendenti in almeno un corso di formazione. Nel 2020, a causa della pandemia, l'Accademia ha registrato una diminuzione delle ore di formazione rispetto al 2019 (-50%). L'attività, tuttavia,*



LUCA SARTELLI,
direttore Risorse Umane
& Organizzazione CIRFOOD



non si è mai arrestata: abbiamo riconvertito il training, con metodologie e-learning e in formato webinar", ci dice **Luca Sartelli**, direttore Risorse Umane & Organizzazione dell'azienda emiliana.

Oltre a formare i dipendenti sui più alti standard di sicurezza in tema Covid-19, nel corso del 2021 l'Accademia ha promosso un piano formativo, con obiettivi di upskilling e reskilling, coinvolgendo più di 400 persone in tutta Italia, per quasi 20.000 ore erogate nel solo primo semestre. Aggiunge il manager: "Questo piano, ci permette di dare un segnale, anche di vicinanza, alle nostre persone, dedicando il loro tempo di lavoro allo sviluppo delle loro competenze". E ancora: "Le attività saranno destinate a sviluppare competenze specialistiche legate al Food Sector, che permetteranno di accrescere il know how tecnico delle di chi opera nelle nostre strutture, senza tralasciare le competenze trasversali al nostro settore. Saranno la comprensione dei vari contesti, la formazione specialistica, esperienziale e diversificata a consentire alle nostre persone di rispondere alle esigenze future dei clienti".

La formazione del resto è insita nella responsabilità sociale d'impresa e nel DNA di CIRFOOD: la vera sfida per chi gestisce le HR è far sì che la formazione non sia solo quella erogata in aula o in e-learning, ma anche quella che deriva dal senso di appartenenza intergenerazionale che spinge i colleghi con più esperienza a trasmettere know-how a quel-

li più giovani, come sottolinea Sartelli. Ecco perché "le attività dell'Accademia sono valutate dai colleghi, i quali forniscono suggerimenti che spesso diventano parte dei piani formativi. I colleghi vivono con entusiasmo la partecipazione ai nostri percorsi e per questo, tutt'oggi, ci chiedono di poter tornare in aula. Perché per tutti noi, la formazione è occasione di sviluppo delle competenze, ma soprattutto momento di scambio e conoscenza reciproca".

In un'ottica di proficua contaminazione di idee, nei percorsi We4Future l'Accademia organizza momenti di incontro con testimonial dello sport e delle aziende per facilitare la condivisione di momenti di ispirazione. Ad inizio 2020, inoltre, è stato avviato un percorso di formazione per gli chef CIRFOOD presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, che riprenderà non appena sarà possibile tornare in presenza.

Camst: aula, addestramento operativo, e-learning

L'Academy aziendale di **Camst** è nata nel 2012, ed è il frutto dell'esperienza di anni nella formazione operativa del personale, oggi costituito da 16mila persona tra Italia e estero. Si tratta di un centro di formazione permanente dedicato alla progettazione, organizzazione ed erogazione dei programmi formativi delle figure operative interne e delle figure tecniche di supporto alla produzione (nutrizionisti, dietisti,

tecnici della qualità). L'obiettivo è far crescere e valorizzare le tante professionalità in linea con le scelte strategiche aziendali, dallo sviluppo operativo allo sviluppo competitivo. Mediamente ogni anno vengono coinvolte, sia attraverso le attività online che in presenza, fino a 3.000 persone. Questi risultati sono possibili grazie, da un lato, al continuo monitoraggio e tracciamento delle attività, dall'altro attraverso il forte coinvolgimento delle persone attraverso partecipazione attiva, gamification e raccolta feedback.

I capisaldi del progetto sono il mix delle metodologie formative (aula, addestramento operativo, e-learning) e il coinvolgimento di formatori interni in aggiunta a formatori esterni. Oltre alla Cucina Laboratorio di Bologna, "abbiamo creato diversi locali scuola nei diversi territori in cui operiamo, con l'obiettivo di essere il più capillare possibile. Naturalmente, una parte importante della formazione viene erogata anche attraverso la nostra piattaforma e-learning", dice **Gabriele Cariani**, direttore Risorse Umane **Camst Group**.

I pilastri della People Strategy 2021-2025 di Camst sono la formazione (diffondere il sapere e farlo evolvere in linea con le evoluzioni del mercato), lo svi-

luppo manageriale (il ruolo dei "capi", di chi coordina team di lavoro è centrale) e – non ultimo – il talent management (attraverso percorsi di crescita per i giovani ad alto potenziale). "La nostra Academy è il perno di questi processi. Naturalmente durante la pandemia le attività di formazione in presenza sono state sospese. Ma sono proseguite tutte le attività in modalità e-learning", riprende il direttore.

Che, sul fronte delle novità, ci racconta come proprio in queste settimane parta il progetto denominato la Scuola dei Mestieri, dedicato appositamente ai ruoli operativi nella ristorazione, in logica di up-skilling o re-skilling. Con questa iniziativa, Camst Group mette a disposizione un nuovo sistema di formazione tecnica e operativa, con percorsi specifici per ogni ruolo, che permettono di accrescere e valorizzare le proprie competenze. Per ogni ruolo nell'ambito della ristorazione sono previsti 3 livelli di formazione, con progressivo sviluppo delle competenze. A ogni livello è associato un percorso specifico, online e in presenza, con una verifica finale.

"Ogni attività dell'Academy viene progettata e sviluppata in stretta collaborazione con i nostri professionisti che operano tutti i giorni nelle attività di ristorazione scolastica, aziendale, socio-sanitaria e commerciale, sulla base di strategie e obiettivi condivisi: in questo modo riusciamo a creare un impatto immediato sul miglioramento dei processi e sulla qualità dei servizi", dice Cariani. L'ottimo esito di questo lavoro è nei numeri: "L'85% delle persone da un giudizio è positivo: abbiamo istituito un sistema di feedback, tramite questionario, che ci permette di monitorare gradimento e efficacia della formazione proposta".

"Dulcis in fundo", chiosa Cariani, "abbiamo attivato molte collaborazioni, sia con Scuole di Cucina che con Chef affer-



GABRIELE CARIANI, direttore Risorse Umane **Camst Group**

omnibus

Soluzioni per i Servizi Scolastici

In corsa verso un futuro sereno



Omnibus, il software per la refezione scolastica davvero speciale

Omnibus è la nuova soluzione per la gestione dei Servizi a Domanda Individuale, risultato della convergenza di sviluppo Progetti e Soluzioni e Acme Italia.

Sviluppato con tecnologie d'avanguardia e secondo il Framework Scrum Agile, è pensato per una gestione ottimizzata della refezione scolastica e di tutti i Servizi a Domanda Individuale e garantisce la massima interfacciabilità e interoperabilità con i sistemi preesistenti.

Omnibus offre accessi a norma e sicuri con SPID e CIE ed è connesso a pagoPA per rendere più semplice e veloce qualunque processo di pagamento.

E utilizza l'Intelligenza Artificiale per parlare con i cittadini, così gli addetti del Comune possono dedicarsi con più serenità al loro lavoro.

Ma non è tutto, Omnibus è connesso all'app IO* ed è nativamente Cloud, presente sul Marketplace Cloud della PA, garantendo scalabilità e Business Continuity.

Per questo Omnibus è la soluzione più completa, facile e innovativa per tutti.

* L'app IO è un marchio di PagoPA SpA



piccini per questo non prepariamo solo pasti sani e gustosi ma ci impegniamo in prima persona a realizzare e sostenere progetti di prevenzione ed educazione alimentare", esordisce **Renato Santinon**, direttore Pianificazione Controllo e Innovazione dell'azienda. Che riprende: "Abbiamo effettuato validazioni per il processo del sottovuoto e iniziato test sugli alimenti per la verifica della conformità delle schede tecniche. Ad oggi sono stati testati oltre 1500 kg di prodotti, formando oltre 200 cuochi in presenza e abbiamo attivato corsi a distanza con oltre 150 cuochi, sono stati avviati 2 progetti per la formazione a distanza con video tutorial per il funzionamento delle attrezzature". E non finisce qui: la Dussmann

Dussmann Food Experience ha l'obiettivo di ripensare il servizio di ristorazione in un'ottica di economia circolare, per lo sviluppo di processi di produzione virtuosi, poco impattanti, equi e ad alto valore sociale e territoriale.

Tra le iniziative sviluppate anche la creazione di piatti e giornate alimentari che enfatizzano ricette della tradizione gastronomica italiana, con un'attenzione particolare a un approvvigionamento etico e sostenibile di materie prime, quali ad esempio il focus sulle ricette a base di legumi, ottima alternativa proteica e "amica" dell'ambiente. O ancora, il progetto che intende migliorare il gradimento delle pietanze proposte attraverso un'analisi oggettiva delle ecce-

mati per portare all'interno nuove competenze e garantire una proposta sempre in linea con le esigenze di un mercato in costante evoluzione: naturalmente, abbiamo stretti rapporti e partnership anche con università e centri di ricerca".

Dussmann Service: un luogo di elezione

La **Dussmann Food Experience** è stata inaugurata nel febbraio 2020 nella sede di Capriate S. Gervasio (BG) alla presenza dei membri del Consiglio d'Amministrazione, del presidente, **Pietro Auletta**, e dell'amministratore delegato, **Renato Spotti**. Di fatto, si tratta di una cucina sperimentale che nasce come luogo d'elezione per svolgere corsi di alta formazione per gli chef di **Dussmann**, con lo scopo di offrire un servizio qualitativamente eccellente. Ma è anche una scuola di cucina per i cuochi del futuro che avranno la possibilità di far parte della nostra squadra, con ricadute positive sull'occupazione. I progetti sviluppati in Dussmann Food Experience sono destinati a essere applicati nel-

le 9 filiali sul territorio nazionale, in particolare in scuole, ospedali, aziende e case di riposo. Ma non solo: proprio gli alunni delle scuole saranno parte di Dussmann Food Experience con laboratori destinati a loro, nell'ambito del simpatico format "Alimentare Watson". Per Dussmann fare ristorazione collettiva è un impegno serio: "In questa direzione il nostro sforzo è totale e non scendiamo a compromessi, abbiamo a cuore la salute di grandi e



RENATO SANTINON, direttore Pianificazione Controllo e Innovazione Dussmann Service

Food Experience sarà l'hub destinato alla creazione di video ricette innovative e per focalizzare l'attenzione sul ciclo di vita di singoli prodotti, affinché sia utile a tutto il personale dislocato nelle nostre filiali. Tra gli altri progetti anche i test di attrezzature per valutare non solo la funzionalità delle stesse ma anche per valutare l'impatto sui consumi (ovvero acqua ed energia elettrica), oggi scelta imprescindibile per ridurre l'impatto sull'ambiente. "Il nostro obiettivo è anche quello di implementare in quante più mense possibile la misurazione degli scarti".

denze alimentari. "Siamo infatti convinti che incontrare il gusto del proprio pubblico significhi da un lato regalare una food experience positiva e dall'altro offrire un servizio sostenibile. Allo stesso tempo, i lavoratori si sentono coinvolti in un processo di cambiamento nella ristorazione collettiva, con la possibilità di confrontarsi con esperti su problematiche tecniche e trovare soluzioni per la quotidianità del servizio", conclude la sua - e la nostra disamina su questo interessante tema sempre più centrale per il futuro della ristorazione collettiva - Santinon.

Eclipse

il packaging più
elegante, ricercato, esclusivo, sostenibile
per il tuo **Food Delivery**

Eclipse è la nuova gamma
Contital di **contenitori in**
alluminio laccato **oro e nero**



**100%
Riciclabili**

**Utilizzabili in
forno tradizionale
e microonde**

**Adatti a tutti i tipi
di alimenti
anche acidi
e salati**

**Chiudibili con
specifici coperchi
in PET riciclabile**

CONTITAL®

www.contital.com



Un mix di colori e sapori: dall'orto al bar.

Ecco la nuova idea Bonchef per tutti i tuoi clienti che in pausa pranzo sono attenti all'alimentazione ma senza rinunciare al gusto.



Dall'orto
DI BONCHEF

Sfiziose polpette alle verdure 100% vegetali!

originali | versatili | pratiche

Chiamaci al Numero Verde 800 199 690 | È un prodotto Sammontana


BonChef
SCELTI CON GUSTO

12 mesi da dimenticare

Mentre si respira aria di ripresa, diamo uno sguardo alle performance del foodservice tedesco a distanza di un anno



Il 2020 ha cambiato il modo in cui viviamo. E, nel comparto della ristorazione moderna ha provocato un calo delle vendite senza precedenti inaspettato e inevitabile. Il risultato per la maggior parte degli operatori si traduce nel peggior anno finanziario nella storia della propria azienda con un crollo del giro d'affari difficile da immaginare.

Ad analizzare puntualmente la metamorfosi del mercato tedesco del foodservice nel 2020 ci ha pensato il magazine Food

Service Europe and Middle East che ha raccolto una serie di dichiarazioni aziendali che, viste nel loro insieme, mostrano in maniera chiara come la Germania ha fronteggiato la pandemia.

Nel 2020 i top player del foodservice tedesco hanno registrato a livello globale un calo delle vendite del 29,8%. Il volume d'affari del mercato è sceso a poco meno di 10,7 miliardi di euro, con una perdita di oltre 4,5 miliardi di euro rispetto al 2019. La crisi si è fatta sentire

meno nel segmento del quick service, mentre chi ha patito di più sono state le società di catering attive nel segmento degli eventi sportivi e non. La crescita più sensibile è appannaggio di **Domino's Pizza** che nel 2020 ha incassato 55 milioni di euro in più rispetto al 2019.

Uno sguardo al Quick Service

Nonostante l'inevitabile frenata del giro d'affari, le insegne del QS hanno registrato con

oltre 6,7 miliardi di euro di vendite il 63% dei ricavi di tutti i primi 100 player del mercato tedesco. Le perdite di segmento hanno sfiorato 1,5 miliardi di euro (18,8 punti in percentuale rispetto al 2019 quando la crescita era stata del 4,7%). Una perdita che seppur ingente rappresenta il valore per segmento di business migliore rispetto alla media dei primi 100 operatori analizzati.

Anche la rete dei punti vendita (in totale quasi 10.000 unità) ha avuto una contrazione

2020: TOP PLAYER DELLA RISTORAZIONE IN GERMANIA

R	vs'19	Aziende	Segmento	Brand	Rete	Vendite (senza IVA) in mln €		Numero di punti vendita		
						2020	2019	2020	(pdv franchising)	2019
1	1	McDonald's Deutschland LLC, Munchen	QS	McDonald's, McCafe	g	3.150,0*	3.675,0*	1.448	1.357	1.484
2	2	Burger King Deutschland GmbH, Hannover	QS	Burger King	g	860,0*	985,0*	750	640	750
3	4	Autobahn Tank & Rast GmbH, Bonn	VG	T&R Raststätten/Autohofe	n	375,0*	650,0*	414	395	413
4	14	Domino's Pizza Deutschland GmbH Hamburg	QS	Domino's	g	290	235	345	329	324
5	5	Yum! Restaurants International Ltd. & Co. KG, Ratingen	QS	KFC, Pizza Hut	g	285,7	330,3	262	252	259
6	6	Edeka Zentrale AG & Co. KG, Hamburg	HG	Markt-Foodservice, Backer-Imbiss (K&U u.a.)	n	235,0*	285,0*	2.100	0	2.100
7	13	Aral AG (BP Europa SE), Bochum	VG	PetitBistro, Rewe To Go	n	231	243	1.155	1.155	1.155
8	9	Subway GmbH, Koln	QS	Subway	g	230,0*	267,0*	692	692	692
9	3	LSG Lufthansa Service Holding AG Neu-Isenburg 3/4)	VG	LSG Sky Chefs	g	200,0*	808	11	0	11
10	12	Ikea Deutschland GmbH & Co. KG Hofheim-Wallau	HG	Ikea-Gastronomie	g	189,5	250	54	0	53
11	10	Valora Food Service Deutschland GmbH, Essen	QS	BackWerk, Ditsch	m	185,0*	265,0*	487	485	495
12	6	SSP Deutschland GmbH, Frankfurt/Main	VG	Airport/ Bahnhof/StraBe: Gastro & Handel	g	175,0*	285,0*	390	45	372
13	15	FR L'Osteria SE, Munchen	FS	L'Osteria	m	161,9	210	108	67	100
14	11	AmRest Holdings, Munchen	QS	Starbucks, KFC, PizzaHut, Lalaglatella	g	157,4	251,9	268	97	281
15	21	Shell Deutschland Oil GmbH, Hamburg	VG	Shell Cafe-Backshops/Autohofe	g	135,0*	142,0*	1.045	1.045	1.045
16	8	Nordsee GmbH, Bremerhaven	QS	Nordsee	m	132,5	267,7	304	126	314
17	22	Hans im Gluck Franchise GmbH, Munchen	FS	Hans im Gluck	m	114,3	140	82	61	77
18	18	Block Gruppe, Hamburg	FS	Block House, Jim Block, Elysee-Gastro u.a.	m	103	177,1	65	0	63
19	47	Jet Tankstellen Deutschland GmbH, Hamburg	VG	Jet Tankstellen Shops	n	95	83,8	537	0	481
20	27	Areas Deutschland Holding GmbH, Koln	VG	Verkehrs-, Handels-und Freizeit-Gastronomie	g	94,3	129,8	47	0	44
21	53	Call a Pizza Franchise GmbH, Berlin	QS	Call a Pizza	n	86,8	72,0	110	110	107
22	17	Autogrill Deutschland GmbH, Frankfurt/Main	VG	Autogrill, LeCroBag, Puro Gusto u.a.	g	85,0*	192,4	154	56	155
23	54	Smiley's Franchise GmbH, Hamburg	QS	Smiley's Pizza	n	84,8	71,2	63	63	63
24	28	Enchilada Franchise GmbH, Grafelfing	FS	Enchilada, Aposto, Besitos, Burgerheart u.a.	n	83,2	127,1	89	20	91
25	40	Eni Deutschland GmbH, Munchen	VG	Eni Cafe	m	83,0*	89,0*	368*	368*	368
26	45	Total Deutschland GmbH, Berlin	VG	Cafe bonjour	g	82,4	84	744	737	738
27	44	EG Deutschland GmbH, Hamburg	VG	Esso: Snack&Shop	g	82,0*	84,5*	480	280	480
28	31	Kamps GmbH, Schwalmtal	QS	Kamps, Kamps Backstuben	m	80	117,6	389	382	411
28	16	Vapiano G & S Invest, Hildesheim	QS	Vapiano	g	80,0*	207,0*	55	33	82
30	20	Starbucks Germany, Munchen	QS	Starbucks	g	79,2	144,5	153	153	165
31	35	Konditorei Junge GmbH, Lubeck	QS	Junge Die Backerei	r	76	94,4	202	0	202
32	26	Kafer AG, Parsdorf	EC	Kater Party Service, Kater Gastronomie	m	70	130	17	3	16

Legenda:

* = Stima

1) Società di terze parti, senza attività alberghiera

2) FR = gestione externalizzata: franchising ecc.

3) pasti on board

4) Gategroup dal 2021

Segmento:

QS = Fast Food, Snack, consegna a domicilio

VG = Ristorazione pubblica

HG = Ristorazione commerciale

FZ = Gastronomia

FS = Ristorazione full service

EC = Eventi e sport-atering

Rete

g = globale

m = multinazionale

n = nazionale

r = regionale

c = in una città

Fonte: Food Service Europe and Middle East



toccato il 37% rispetto al 2019 anno in cui la crescita era stata del 7,8%.

È andata male, anzi malissimo per le insegne legate ai comparti dei parchi divertimento e delle catene dei cinema multisala. In questo ambito il ristoro è appannaggio principalmente delle bevande rispetto al cibo. In questo segmento la classifica è guidata da **Mitchells & Butlers** (Alex), **Café Extrablatt** ed **Europa-Park**. Qui, in media, le perdite sono state del 48,1% (nel 2019 la crescita era dell' 8,7%).

Nel 2020 non se la sono passata bene nemmeno le gastronomie delle GDO o dei grandi magazzini che hanno registrato un calo delle vendite del 31,5% (contro un + 2,4% nel 2019).

Di questo segmento fa parte il gruppo **Edeka**, la più grande società di supermercati tedesca che detiene una quota di mercato del 20,3%. Fondata nel 1898, è costituita oggi da diverse cooperative di supermercati indipendenti che operano tutte sotto l'organizzazione ombrello Edeka Zentrale AG & Co KG con sede ad Amburgo, Edeka è saldamente in testa al ranking di segmento, seguita da **Ikea** e dagli ipermercati **Globus**.

La scorsa annata non ha certo regalato soddisfazioni al segmento della ristorazione legata agli eventi inclusa ristorazione fieristica e quella sportiva. In Germania a farla da padroni in questo settore sono 5 operatori con **Beetle** e **Aramark** in testa. Le performance di questo segmento sono crollate del 55% contro una crescita a doppia cifra (+10,3%) che aveva caratterizzato il 2019. Peggio di così non poteva andare.

dell'1,2% nel 2020 contro la crescita dell'1% registrata nel 2019.

Chi non ha perso un colpo ma, al contrario è cresciuto sensibilmente è Domino's con oltre 55 milioni di euro di entrate in più rispetto al 2019. Tra i big del fast food che hanno registrato forti perdite c'è invece **McDonald's** con un calo delle vendite stimato in circa 525 milioni di euro. Calo a tre cifre rispetto all'anno precedente anche per **Nordsee** (-135,2 mln di €), **Vapiano** (si stima un -127 mln di €) e **Burger King** (anche qui la stima è di -125 mln di €). A sostenere l'attività delle insegne del QS che operano in Germania ci ha pensato il delivery, uno scontrino medio contenuto e l'alto gradimento dell'offerta a tema hamburger e pizza.

I segmenti meno performanti

Fra coloro che nel 2020 non hanno potuto esprimere le proprie potenzialità ci sono senz'altro bar, pasticcerie e caffetterie, ristoranti tradizionali, gastronomie e l'insieme degli operatori del travel. I primi hanno perso il flusso delle colazioni, delle pause caffè e dei pranzi fuori casa, fortemente limitati da lock down e telelavoro. Le insegne della prima colazione e i panifici hanno perso in media il 30%. La ristorazione



per i viaggiatori, che pesa quasi un quinto del volume della Top 100, ha visto le proprie vendite contrarsi del 45,9% (contro il + 6,4% del 2019), uno crollo davvero impressionante. **Tank & Rast**, **Aral** e **LSG** guidano il segmento, mentre nella zona centrale della Top 100 troviamo i 4 big europei del travel catering ovvero: **SSP**, **Autogrill**, **Areas** e **Lagardère**. Nella speciale classifica redatta da FSE and middle east, i ristoranti tradizionali con servizio al tavolo individuano nel loro insieme quasi 800 milioni di euro di giro d'affari. Una segmento contenuto e rappresentato da 13 operatori guidato da **L'Osteria**, **Hans im Glück** e **Block**, con un focus su pizza, hamburger e bistecche. In questo ambito le perdite 2020 hanno





Associazione nazionale della Ristorazione collettiva e Servizi vari
Uffici: Via Barozzi 7 - 20122 Milano - Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
www.angem.it - info@angem.it

CO.R.I.A. s.a.s.

COLOMBO RAG. ETTORE S.r.l.

COMPASS GROUP S.p.A.

ELIOR RISTORAZIONE S.p.A.

GEMEAZ ELIOR S.p.A.

GENESI S.r.l.

IFM S.p.A.

ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI S.r.l.

ITALCATERING S.r.l.

PEDEVILLA S.p.A.

PUNTO RISTORAZIONE S.r.l.

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA S.p.A.

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE S.r.l.

SODEXO ITALIA S.p.A.

TURRINI RISTORAZIONE

Gli indirizzi e i recapiti di tutte le aziende associate
sono presenti sul sito www.angem.it

**la forza della professionalità
e il sapore della qualità
sempre al vostro servizio**



Il disco d'oro

Sia nelle versioni più tradizionali fast e street food, così come nella declinazione gourmet sempre più diffusa, l'hamburger è uno dei piatti preferiti in tutto il mondo

di Massimo L. Andreis

A chi non piace mangiare carne (nelle varianti più disparate oggi, compresa quella vegetale), proteine, verdure e salse avvolte in due fette di pane dalle più diverse consistenze, materie prime e forme? Ecco servita la formula sempre più ricercata di un classico della cucina internazionale, mai come oggi di moda: l'hamburger. Di strada ne ha fatta la polpetta di carne da quando a bordo delle navi in partenza dal porto di Amburgo, l'hamburger steak è approdata negli USA, paese che l'ha resa un piatto nazionale, poi esportato ai quattro angoli del globo sulle braccia potenti dei colossi del fast food. Ma oggi sono le

evoluzioni/declinazioni gourmet del disco di carne a prendere piede, non solo nei locali indipendenti ma anche nelle proposte delle stesse catene, che ad esempio, nel Belpaese, puntano sull'italianità (che fa rima con qualità) delle materie prime e su proposte composite, sponsorizzate o create da chef rinomati, e realizzate con prodotti di qualità, Dop e Igp in testa.

Da food da pochi dollari, oggi l'hamburger è un po' meno "street" non solo alle nostre latitudini e nelle nostre città, Roma e Milano in testa, ma, gustato al ristorante piuttosto che portato o fatto arrivare a casa con i servizi take away e



MCDONALD'S

Locali in Italia: 615
In franchising: 90%
Aperti nel 2020: 26
In apertura nel 2021: 35
Dipendenti della rete (locali diretti e in franchising):
 25.000



delivery che hanno messo il turbo durante la pandemia, diventa protagonista di piatti elaborati e/o firmati un po' in tutto il mondo... persino in Cina.

Ei fu...

McDonald's è più o meno in tutti i mercati del mondo il numero uno della polpetta espressa. Alla multinazionale



MARIO FEDERICO,
AD McDonald's Italia

si deve in misura non trascurabile il successo di questo piatto a livello internazionale. Al di là della storia di questo successo, vediamo come la pandemia ha modificato (o modificherà) il menu, il layout e i servizi offerti nei locali Big Mac lungo lo Stivale. "Il Covid ci ha costretti a rivedere molti aspetti del nostro consueto modus operandi, senza però rinunciare ai fondamenti in termini di offerta di prodotti e servizi", ci spiega l'amministratore delegato **Mario Federico**. "Per quanto riguarda lo sviluppo dei menu, il 2020 ci vede confermare la strada già intrapresa negli scorsi anni, che prevede un forte focus sui nostri grandi classici e lo sviluppo di prodotti innovativi con un forte contenuto di italianità, in cui si inserisce anche la confermata e continuativa collaborazione con i prodotti tipici, Dop e Igp del nostro Paese". Non per nulla, da diversi anni la costola italiana di McDonald's ha intrapreso un percorso di italianità, per portare nei suoi menu, e quindi ai suoi clienti, la miglio-

re qualità possibile: "Un impegno che oggi ci porta ad avere ben l'85% dei nostri fornitori con sede in Italia", sottolinea il manager. Tra questi, **Inalca** è il fornitore di carne bovina, mentre da **Amadori** arriva il pollo. **Italia Alimentari** e **Salumificio Fratelli Beretta** sono invece i fornitori di bacon; la **Centrale del latte di Brescia** e **Granarolo** del latte, rispettivamente per **McCafé** e per i gelati: Le mele vengono dal Trentino grazie a **Vog**; le arance dalla Sicilia, da **Oranfrizer**, e ci sono tanti altri esempi a riguardo. A ciò si somma la collaborazione, iniziata nel 2008 e consolidatasi negli anni, con i Consorzi Dop e Igp, che ha permesso di inserire oltre 3mila tonnellate di prodotti tutelati nell'offerta f&b; solo nel corso del 2020, non certo un anno di crescita, ne sono state acquistate quasi 400 tonnellate. "Facendo leva

maggior parte dei nostri clienti ad avvalersi di canali come McDrive e McDelivery", riprende Federico. In particolare, oggi il McDrive rappresenta uno dei canali di vendita più importanti. Nel 2020 ha visto un significativo aumento degli ordini (+41% nei ristoranti con corsia Drive) anche perché riesce a rispondere ai nuovi bisogni e alle nuove abitudini di consumo dei clienti in termini di sicurezza. Allo stesso tempo, il percorso digitale iniziato nel 2013, con l'installazione dei chioschi all'interno delle sale, oggi ha subito una ulteriore evoluzione, permeando tutte le attività dei ristoranti della catena: dalle cucine, per gestire in tempo reale la preparazione e la cottura dei prodotti, ai sistemi di gestione ottimale degli ordini e delle scorte per eliminare gli sprechi. Un capitolo particolarmente importante è quello che



sulla nostra capillare diffusione possiamo far conoscere al grande pubblico, circa 1 milione di clienti al giorno, la qualità e le eccellenze italiane a prezzi accessibili a tutti". Così succede ad esempio per l'Arancia Rossa di Sicilia Igp offerta in tutti i McCafé nelle spremute fresche, il Parmigiano Reggiano Dop, la Cipolla Rossa di Tropea Calabria Igp. "Il cambiamento di abitudini nei consumi che ha portato la

riguarda l'App, la principale via di accesso a tutte le promozioni. "Nel futuro, siamo certi che i consumatori torneranno a trovarci di persona e a sedersi nei nostri ristoranti, ma credo che su certe nuove consuetudini non si tornerà indietro e che il Drive resterà un canale importante: crediamo infatti che non scompariranno con lo scemare dell'emergenza. Ecco perché implementeremo altre novità per renderli sempre più

AMERICA GRAFFITI

Locali aperti in Italia: 46 (42 diner e 4 fast)
In franchising: 36
Aperti nel 2020: 2 (Bergamo e Fiumicino)



efficienti e facilmente accessibili. Al contempo, resterà forte l'impegno sulla sicurezza delle nostre persone e dei nostri clienti".

Le novità indotte anche durante a pandemia non hanno però stravolto il modo di preparare il prodotto base, l'hamburger, come puntualizza il nostro interlocutore: "La preparazione dei nostri prodotti segue procedure molto rigide per garantirne la massima qualità: la cottura degli hamburger si effettua tra due piastre a temperatura elevata e differenziata (218°C quella superiore, 177°C quella inferiore) e per un tempo variabile a seconda della dimensione della carne (per ogni panino si utilizzano hamburger di diverse dimensioni e spessore). La carne viene cotta direttamente da surgelata, per non interrompere la catena del freddo e quindi preservarne la sicurezza, e senza condimenti – viene aggiunto solo un pizzico di sale e pepe. Tutte le piastre, controllate da computer, sono pulite più volte nel corso della giornata, così come ogni giorno vengono la-

vate e sanificate tutte le attrezzature delle cucine".

A partire dallo scorso 26 aprile McDonald's ha potuto riaprire parte dei suoi ristoranti, ossia quelli che, in conformità con le norme vigenti, hanno la possibilità di ospitare i clienti all'aperto e che rappresentano circa il 90% del totale.

Passaporto tricolore, anima made in USA

Nato come ristorante con servizio ai tavoli nel 2008 a Forlì, e poi declinato anche nella versione fast food a Forlì e Imola nel 2010, il marchio **America Graffiti** è presto evoluto in una catena con passaporto italiano ma dall'anima e dall'ambientazione da american diner sviluppato in franchising, ispirato all'America degli anni '50.

Il menu propone la classica carne (grigliata e in varie preparazioni), hamburger e hotdog, finger food, ma anche la pasta, cucinata secondo ricette italiane o italoamericane, specialità tex-mex e nachos, poutine e piatti unici da brunch, opzioni

vegetariane, vegane e senza glutinee vari dolci tra i quali brownie, cookies, cheesecake, apple pie.

Il 25 ottobre 2017 il **Gruppo Cigierre**, attivo in Italia nel settore della ristorazione servita, ha raggiunto l'accordo per l'acquisizione della società **America Graffiti Franchising Srl**.

Oggi, per andare incontro alle richieste di tutti i palati, i 46 ristoranti del format hanno introdotto in menu una famiglia di prodotti dedicata a vegetariani, che include anche gli hamburger no-meat. "Ma il cliente America Graffiti cerca un pasto in completo stile americano: non a caso i nostri prodotti più venduti fanno parte della famiglia hamburger", come ci dicono dalla direzione generale Cigierre.

Proprio l'appartenenza alla Compagnia Generale di Ristorazione consente una scelta attenta dei fornitori e la migliore gestione degli approvvigionamenti: "Le economie di scala ci permettono un certo vantaggio nei rapporti con i grandi player della GDO. Questo non toglie però la ricerca di collaborazioni con qualche fornitore di nicchia, soprattutto per prodotti tipicamente americani, difficilmente reperibili se si desidera una qualità superiore. In particolare, nei nostri locali la carne viene cotta alla griglia. A seconda del layout e dell'anno di nascita dei ristoranti, possiamo però trovare una griglia elettrica, a gas, o

su pietra lavica". Come tutti i competitor, America Graffiti è "in fervente attesa" della ormai calendarizzata e progressiva riapertura completa dei ristoranti, dopo aver ricominciato a servire pranzi e cene nei dehors.

Anche per il format american style asporto e delivery hanno superato, in media, il 40% dell'incasso nel corso dei periodi di chiusura. "La loro importanza è cresciuta in maniera quasi esponenziale e, se confrontiamo gennaio 2020 con marzo 2021, l'incidenza di take-away e delivery su America Graffiti è quintuplicata", sottolineano dal quartier generale. Che, nel corso dei mesi più difficili, ha proceduto allo snellimento dei menu, diminuendo il numero di piatti, così da ridurre l'attesa. Inoltre, sono state introdotte le tovaglette monouso e riviste le grafiche. Ma le novità più importanti sono arrivate anche qui alla voce digitalizzazione: "Abbiamo introdotto il QR code sul menu, che riduce ulteriormente l'uso promiscuo di alcuni materiali. Con il Self-Ordering invece, in fase di test su alcuni punti vendita diretti, i clienti possono ordinare dal tavolo tramite telefono, aggiungendo una dimensione tecnologica e divertente all'esperienza in-store. Infine, per i punti vendita in gestione diretta è ora possibile ordinare online direttamente dal sito americagraffiti.it".



IL GOURMAND È SERVITO: ROMA (CHIAMA...)

Il trend del burger che piace anche ai gourmand ha preso piede anche in Italia. Numerosi gli esempi a riguardo. Basti considerare lo scenario delle due principali città del Paese, Roma e Milano per avere un quadro e farsi un'idea del fenomeno.

Se come si dice dietro un grande uomo c'è sempre una grande donna (e viceversa, *ca va sans dire*), dietro a una grande birra c'è sempre un grande hamburger: lo dimostra il classico cheeseburger di **Open Baladin**, un piccolo pub tra i vicoli intorno a Campo de' Fiori. Pane di Bonci, carne di fassona e cottura sono alla base di quello che è uno dei più apprezzati hamburger dell'Urbe.

Nel quartiere Prati i burger di **Birretta Wine and Food** li conoscono tutti: accanto alla versione classica qui c'è spazio per molteplici varianti ottenute partendo da materie prime scelte, come la carne della macelleria Feroci. Tra le proposte, gli hamburger dal gusto prettamente italiano come il *Fantozzi*, ovviamente con "frittatona" di patate, provola e mayo allo jalapeno, o il *Pepper*, con fonduta cacio e pepe, bacon e radicchio. Il ristorante effettua anche asporto e delivery.

The Meat Market ha appena aperto la terza sede in Prati, dopo quelle di Testaccio e Nomentano. Il format propone una tartare burger che nasce dalla fusione di Italia, Francia e America. Il panino dell'*Antico Forno di Roscioli* è aperto e farcito di una battuta di manzo al coltello, stracciatella di burrata, pomodori confit, rucola e olio evo al basilico. Qui l'hamburger valorizza la materia prima selezionata da **Vito Fiusco** e **Anita Nuzzi**.

Lo *Smashed Burger* di **Limerick Pub** è un disco di carne schiacciato (*smashed*) sulla piastra, così da estendere la superficie della crosticina data dalla reazione di Maillard. Collocato in via Nimorense, il locale, aperto dal 1995, è tra i pochi burger bar della Città eterna che ha in menu questa ricetta: carne della macelleria Feroci schiacciata e rosolata su piastra e poi abbinata a cheddar, cetriolini pickled, cipolla rossa e salsa segreta all'interno di un bun al latte.

A metà strada tra un lob-

ster bar e un ristorante di fish burger, **Fisherman Burger** punta a prendere per la gola con i suoi panini di mare. Aperto in zona Piazza Bologna, il proprietario ha portato dalla Puglia la sua visione del pesce nella Capitale, mescolando ingredienti italiani e spirito americano all'interno dei panini forniti dall'Antico Forno Roscioli. I fishburger, come gli altri piatti in menu, sono ordinabili anche da casa sfruttando molteplici piattaforme di delivery.

Il beyond burger di **Camillo dal 1890** propone in piazza Navona, oltre al classico hamburger e a qualche variante sempre carnivora (come il *Costolette burger* con bbq ribs disossate e cotte a bassa temperatura), una serie di burger vegetariani preparati accostando tecniche diverse e ingredienti sempre nuovi. Tra questi il *KFC - Korean Fried Cauliflower* fatto con cavolfiore fritto glassato con kimchi fermentato rigorosamente home-Made e sottaceti. Nei due **Flower Burger** in zona Prati e in via Alessandria, il format vegano, presente con 18 location in Italia (4 a Milano) e all'estero, propone un arcobaleno di burger esclusivamente cruelty free. Rosa fucsia, turchesi, verde fluo, sono i colori dei panini che vedono riempirsi di patty vegetali a base di quinoa, ceci, fagioli red kidney, accompagnati da verdure e salse artigianali. Abbandonati le salse, come la Flower mayo a base di latte di soia.

Con il suo **Bowie**, la chef stellata **Cristina Bowerman** offre un menu a cavallo tra Messico, Francia, New York, passando per Trastevere. Tra le proposte c'è anche il suo celebre panino alla liquirizia con scaloppa di foie gras, mayo al passito e ketchup di mango. Il perfetto equilibrio tra grassezza, dolcezza e acidità, in formato burger, da mordere sia a Roma che a **Milano**.



(...RISPONDE) MILANO

Ham Holy Burger nasce a Milano in zona Brera nel 2011 per iniziativa di **Franco Manna**, allora patron di **Seber-to (Rossopomodoro & Co.)** e adesso di **Change Food**. Oggi ha 10 locali sparsi per l'Italia, di cui 3 a Roma e 4 nel capoluogo meneghino. Proprio a maggio ha aperto la decima location a Viterbo.

Antesignano in tempi non sospetti di un trend poi diventato mainstream, quello delle hamburgerie contemporanee e gourmet, il marchio Ham Holy Burger è nato con l'idea di trasformare il concetto di polpetta di carne: da cibo da strada, semplice e veloce, in una "sacra" eccellenza gastronomica, italiana al 100%.



Tra le proposte, i classici hamburger di carne Fassona piemontese, proveniente dagli allevamenti *Slow food* de *La Granda*. Che fornisce anche il suino a base dell'hamburger di salsiccia insaporita con sale di Trapani e pepe.

Willy's Burger è un localino davanti al cinema *Plinius* di viale Abruzzi che propone panini realizzati... ad arte. **Willy** e **Chiara**, i proprietari, la chiamano "casa degli hamburger". Nasce perché entrambi non riuscivano a trovare la svizzera dei loro sogni a Milano. Qui ogni panino è stato battezzato con il nome di una serie tv cult: si passa da quelli di carne (italiana lavorata fresca e speziata homemade) come il *Mio Bacon Arnold* al *Willy Principe di Bel-Onion* al *Fresh and The city*, a quelli di pesce, tra cui spiccano il *Trono di Salmon* e *The Big Bang Shrimpy*, per arrivare ai veggie e vegan come... la *Casa di Cheddar*!

Il "primo panino di Milano prima dei paninari" è quello di **Margy Burger**. Arredi in legno, un tocco retrò, il locale, aperto da oltre 50 anni, è più di una hamburgeria: è una seconda casa per tutti gli studenti della vicina *Università Statele* in via Festa del Perdono, letteralmente all'ombra della Madonnina. Situato vicino a Piazza Fontana, è una

istituzione in città anche per la qualità dei suoi burger. Che non saranno rigorosamente gourmet ma sono di livello e puntano tutto sulla materia prima. Imbattibile il rapporto qualità-prezzo.

Un ristorante american style dove mangiare autentici hamburger made in USA: si chiama **Hamerica's**, ed è in corso di Porta Ticinese, ma ha altre sedi sia a Milano che nel resto d'Italia. Un viaggio culinario negli stati dell'Unione a stelle e strisce ma con un po' di Italia per questi burger fatti di Fassona piemontese o di polli italiani allevati a terra. In menu anche sandwich (come il *Malibù* con polpa di granchio), tacos e burritos.

"No kings, no clowns, just damn good burgers!": un motto, un programma quello di **Burger Wave**, dove scegliere l'hamburger è un po' come scegliere l'onda giusta: a ciascuno la sua. Grandi le possibilità di scelta infatti nei 6 locali del format (4 a Milano e hinterland, 1 a Roma e 1 a Bergamo): il menu è diviso in beef burger, di manzo, chicken burger, di pollo, lamb burger, di agnello, e veggie burger, vegetariani, e ogni gruppo conta una serie di proposte specifiche. La tradizione dell'hamburger australiano è pienamente rispettata: nel continente australe i dischi di carne sono preparati abbandonando coi toppings, ovvero con un sacco di ingredienti: da qui l'idea di proporre una varietà consistente di alternative, per sentirsi un pochino dall'altra parte del globo rimanendo a Milano.

Stile industry nel cuore dell'Isola: si presenta così **Burger Italy**, locale dove ogni ingrediente concorre a creare un'eccellenza gastronomica. Hamburger di zebra o di Chianina ma imbottito di provolone, mortadella e crema di pistacchio e granella: sono solo due delle proposte in menu. Molte le materie prime made in Sud, dove il format ha una sede in quel di Napoli, oltre a quella di via Moscova a Milano.



Pronti al cambiamento

Efficientamento, ottimizzazione dei costi aziendali, crescita dimensionale, innovazione di processi e servizi, ri-qualificazione del personale e internazionalizzazione. Ecco gli obiettivi di All Food Spa

Pandemia, chiusura delle scuole, smart working: l'anno scorso è stato un anno da dimenticare per la collettiva. All'appello mancano centinaia di milioni di pasti che non sono stati serviti. Volumi in netta contrazione, riaperture a singhiozzo e telelavoro. Di questo, ma anche del futuro della collettiva abbiamo parlato con **Massimo Piacenti** amministratore delegato di **All Food Spa**, azienda che da più di trent'anni si ritaglia una posizione di rilievo tra le SRC sostenuta da solide performance come una presenza radicata in 14 regioni italiane, poco meno di 18 milioni di pasti serviti e un fatturato che si aggira sugli 80 milioni di euro. Ma a conti fatti come esce dal 2020 All Food? Quali segmenti hanno sofferto di più e perché?



MASSIMO PIACENTI,
AD All Food Spa



"Di fronte alla sfida inedita e drammatica che il Covid 19 ci ha posto, ovvero, preparare, distribuire e servire pasti a grandi comunità (scuole, ospedali, aziende, forze armate, ecc..) in piena pandemia, oggi possiamo affermare che le Aziende responsabili dei servizi, sono riuscite in un'impresa tutt'altro che scontata: garantire i servizi stessi, senza abbassarne la qualità, in totale sicurezza; questo è stato possibile grazie alla collaborazione fattiva tra le aziende e le committenze e alla grande professionalità del personale addetto. Colgo l'occasione per rinnovare, anche a nome del socio Giuliano Gilocchi, il sincero apprezzamento per lo straordinario im-

pegno di tutto il personale del Gruppo All Food. I dati sono impietosi e non hanno bisogno di commenti. Secondo una mia stima le prime 10/15 aziende del Paese, cumuleranno perdite per centinaia di milioni di euro. Le Aziende del settore, causa pandemia, hanno perso circa il 40% del fatturato che sta causando, appunto, forti perdite di bilancio". Il Gruppo All Food (compresa la controllata al 100% Eutourist New) sta registrando dati in linea con quelli del settore. La ristorazione aziendale e quella scolastica hanno subito le perdite più significative, ma anche la sanitaria non è andata bene, diversamente da quanto si possa pensare.

"La ripresa è lenta riprende

Piacenti e non sappiamo, ad oggi, quando e se si ritornerà ai numeri pre-pandemia: quando, perché dipende dai tempi delle vaccinazioni e dall'andamento del coronavirus, se, perché con lo smart working che diventa "strutturale", una rilevante fetta di mercato e di ricavi evaporerà per sempre".

Oltre a scuotere il mercato dal punto di vista dei numeri, l'emergenza sanitaria ha messo in discussione la sopravvivenza degli operatori più deboli, e chiede investimenti in ricerca e sviluppo per guardare con fiducia ad un futuro oggi molto incerto. Qual è la sua visione nel breve/medio periodo? Con quali soluzioni state andando incontro al cambiamento?

"A nostro giudizio è necessario dotarsi di nuove strategie e in tal senso stiamo lavorando sull'efficientamento e l'ottimizzazione di tutti i costi aziendali ma, al tempo stesso, intendiamo investire nella crescita dimensionale, nell'innovazione dei processi/servizi, nella formazione e qualificazione delle risorse umane e, perché no, nell'internazionalizzazione; perché riteniamo che questi fattori faranno la differenza nel grado di competitività delle aziende, in tutte le aree di mercato e tipologie di servizio: aziendale, sanitario, scolastico, fresco-caldo o Cook and Chill".

Strategie e prospettive

Il 2021 parte ancora con il freno a mano tirato, con molte aziende in grave difficoltà e altrettanti contratti da rinegoziare. Quali azioni a sostegno delle SRC reputa percorribili e ragionevoli per ridare slancio ad un comparto così strategico come la ristorazione collettiva?

"Come abbiamo richiesto anche con ANIR Confindustria, in una recente conferenza stampa alla Camera e nell'audizione alle Commissioni al Senato, sono urgenti sostegni economici e finanziari, è urgente la rinegoziazione dei contratti, di tutti i contratti, già riconosciuta da una delibera dell'ANAC ma che avrebbe bisogno di diventare legge per essere più veloce ed omogenea; inoltre chiediamo una generalizzata riduzione del costo del lavoro (cuneo fiscale) in un settore labour intensive come il nostro, con occupazione prevalentemente femminile, nonché misure aggiuntive per la liquidità e la patrimonializzazione in un settore in cui operano circa 1000 aziende, in maggioranza medie e piccole. Ovviamente siamo fortemente interessati anche alle riforme di carattere generale: burocrazia, giustizia, fisco eccetera. L'esistenza del settore è in discussione e finora

non ha beneficiato di contributi a fondo perduto nonostante le perdite copiose, poiché le Aziende sono troppo grandi per entrare nei parametri di legge. Quindi serve un impegno corale, in cui lo Stato e le P.A. debbono accompagnare con misure specifiche, il grande lavoro di ristrutturazione ed innovazione che grava sulle imprese. Un lavoro che ci imporrà di andare oltre schemi e consuetudini che la pandemia e i cambiamenti di mercato hanno reso desueti. Su tali punti centrali ritengo auspicabile la più ampia convergenza di tutto il nostro mondo. Da queste colonne vorrei porre una domanda e avanzare una proposta. Tutti concordano nel dire che, dopo la pandemia, nulla sarà più come prima; ciò non può che valere anche, e soprattutto, per i servizi di ristorazione collettiva, sia dal lato dell'offerta che da quello della domanda. Allora, perché non aprire un dibattito pubblico, sui cambiamenti intervenuti (si pensi, solo per citare un esempio, all'impatto dei social sulla percezione dei servizi di refezione scolastica!) e su quelli auspicabili, coinvolgendo operatori, utenti, esponenti delle istituzioni, regolatori e associazioni varie? Un confronto che affronti i nodi del presente e del futuro del settore e di tutta la lunga filiera che esso coinvolge, nonché delle modificazioni della sua catena del valore, e



che, se vi sarà interesse, potrebbe avere una sintesi in un disegno organico di riorganizzazione e rilancio. Credo che un Paese serio, che si appresta ad attuare un Piano di rilancio di dimensioni mai viste, non può fare 'spallucce' a fronte di un comparto e una filiera che impatta in modo diretto sulla salute e sul benessere delle collettività e che occupa centinaia di migliaia di persone, in stragrande maggioranza don-

ne. Se davvero si punta ad una storica operazione di modernizzazione del 'Sistema Italia', credo che la definizione di una 'politica industriale' di un comparto metà 'industria' e metà 'servizio alla persona' non sia eludibile".

Le parole di Massimo Piacenti ci riportano ancora una volta a quella necessità di confronto fra addetti ai lavori e istituzioni cui più volte Ristorando ha dato libero sfogo attraverso la formidabile attività convegnistica svolta sin qui e purtroppo interrotta dall'emergenza sanitaria che stiamo vivendo ormai da più di un anno. Fortunatamente tutto lascia intravedere un ritorno in sicurezza (e in presenza...) di fiere e convegni. Una ripresa che cavalcheremo nella prima parte del prossimo anno con la nostra consueta mostra convegno di due giorni in cui al centro del dibattito ci sarà sicuramente spazio anche per un confronto sul futuro della ristorazione collettiva.

ALL FOOD SPA IN PILLOLE

Data di nascita: 2016 (ultima trasformazione societaria - l'inizio dell'attività risale a più di 30 anni fa).

Giro d'affari ristorazione collettiva (2019 in mln € di euro): 74,30 (inclusa la controllata Eutourist New)

Percentuale ristorazione aziendale: 24%

Percentuale ristorazione scolastica: 51%

Percentuale ristorazione socio-ospedaliera: 25%

Percentuale appalti settore pubblico: 83%

Numero di pasti erogati (2019): 12.914.933

Numero addetti: 1748



Disagi alimentari **in crescita**

L'aumentano di bambini certificati con selettività alimentare rimette la ristorazione scolastica al centro di un percorso virtuoso che, oltre ad una corretta nutrizione, deve restituire alla mensa la veste sociale, culturale e piacevole della convivialità

di Corrado Giannone e Monica Maj

Secondo i dati Istat del 2019 sono circa il 10,7% gli italiani affetti da allergie verso uno o più alimenti e i bambini ipersensibili a latte, uova, noccioline e altri cibi, sono raddoppiati negli ultimi 10 anni, arrivando a sfiorare le 600mila unità.

Oltre alle intolleranze ed alle allergie esiste poi tutta una gamma di patologie croniche, per le quali la dieta rappresenta il fondamento terapeutico per il mantenimento di un

buono stato di salute e per il controllo della malattia: esempi ne sono il diabete mellito, la celiachia, il favismo, le diete per malattie metaboliche ereditarie. In questi casi è evidente che la dieta, essendo parte integrante della terapia, è da attuarsi, oltre che a casa, anche a scuola e ciò comporta una particolare attenzione ed organizzazione in ogni fase del servizio: dalla stesura del menù, all'acquisto delle mate-

rie prime, alla preparazione e somministrazione dei pasti.

Accanto a questi numeri e a queste patologie da qualche anno la ristorazione scolastica deve fare i conti con nuovi disturbi emergenti come la neofobia. I dati nazionali parlano di circa il 30% dei bambini affetti da neofobia nella fascia di età tra 1 e 5 anni ma è sottovalutata invece la percentuale della fagofobia. La neofobia è la paura di esplorare il nuovo e

nella fase di acquisizione della abilità alimentare, soprattutto nel passaggio dalle pappe ai cibi solidi, è considerata normale. Quando si prolunga o quando assume caratteristiche particolari come evitamenti del momento del pasto o di selettività verso alcuni tipi di alimenti o di una o più sue caratteristiche come consistenza, colore o forma si parla di fagofobia, letteralmente "paura di mangiare".

Si tratta di una vera e propria patologia e non è correlata con un disturbo della capacità di deglutire.

Si manifesta con:

1. rifiuto del cibo;
2. prolungamento del tempo del pasto;
3. selettività alimentare (colori/consistenze);
4. mancanza della capacità di self-feeding.

Segnali di allarme per cui ricorrere agli specialisti sono:

1. vomito anticipatorio prima del pasto o dell'introduzione del cibo in bocca;
2. selettività eccessiva negli alimenti, che limiti in modo preoccupante gli introiti calorico nutrizionali determinando scarso accrescimento e carenze nutritive;

3. conflitto eccessivo e ripetuto con i genitori/familiari/caregiver nel momento del pasto. Il trattamento ottimale di questa patologia è di tipo multidisciplinare e coinvolge medici pediatri, psicologi, neuropsichiatri infantili senza dimenticare l'imprescindibile supporto dei professionisti sanitari quali gli educatori professionali, i logopedisti, i dietisti e gli igienisti dentali. Anche nelle mense scolastiche il problema sta rilevando numeri importanti. Sono sempre di più i bambini che rifiutano alcune tipologie di cibo evitando del tutto le pietanze proposte o presentando certificati medici dalle indicazioni improbabili (es. solo pasta in bianco e pollo panato).

Di selettività alimentare si parla pochissimo perché i bambini apparentemente crescono bene anche se assumono pochissimi tipi di alimenti. La selettività però nel tempo da problemi di salute fisica e psichica e la scuola può fare tantissimo.

Pareri a confronto

Proprio su questo argomento si è discusso in un corso or-



ganizzato dagli albi dei dietisti, logopedisti, igienisti dentali e educatori professionali dell'Ordine TSRM-PSTRP di Piacenza.

I relatori che si sono susseguiti hanno trattato l'argomento secondo le loro competenze.

Antonella Cerchiari logopedista coordinatore del servizio disfagia dell'ospedale Bambin Gesù di Roma ha parlato di come le abilità di alimentazione e di deglutizione abbiano inizio già nel grembo materno. Lo sviluppo della funzione alimentare nel bambino, è un'attività apparentemente semplice e naturale che accompagna l'essere umano per tutta la sua vita e dalla quale non può prescindere. È ormai noto che ogni cosa che il bambino mangia nei primi anni di vita contribuisce al suo sviluppo e alla sua crescita mettendo le basi per la salute cognitiva e fisica del suo futuro. È necessario istruire i genitori sul fatto che le azioni motorie compiute durante la funzione alimentare sono fondamentali per lo sviluppo fisiologico (corretto) delle funzioni svolte dal distretto facciale (respirazione, deglutizione, alimentazione, mimica facciale e articolazione del linguaggio) ed ancora, sull'importanza della modalità e della qualità degli ausili usati nell'atto della somministrazione dei nutrienti (biberon, cucchiaini, bicchieri etc.) perché se usati senza errori e per i tempi appropriati, aiutano a

determinare la giusta evoluzione delle tappe di sviluppo della funzione alimentare ed un corretto sviluppo delle strutture anatomiche del volto (arcata dentale, ossa del palato, ossa degli zigomi, articolazione temporo-mandibolare) non creando alterazioni e disequilibri al distretto oro-facciale. La funzione alimentare è il risultato di un complesso lavoro di equipe al quale partecipano: un adeguato sviluppo del sistema nervoso centrale e periferico, una corretta crescita delle strutture anatomiche ed un ambiente vivace in grado di fornire un'appropriata fonte di esperienze a cui sottoporre il bambino. La stretta collaborazione esistente tra questi

sistemi confeziona un prodotto finale perfetto: la funzione alimentare, in cui si intrecciano aspetti neurologici, fisici, psicologici e sociali che vanno sostenuti ed aiutati attraverso l'intervento istintivo ma anche competente dell'adulto. È l'adulto infatti, che deve guidare il processo di apprendimento che si nasconde sotto la funzione alimentare sottoponendo il bambino a delle esperienze che favoriscano l'acquisizione di conoscenze e competenze utili a sviluppare una funzione che non solo è un'esigenza primaria per la sua sopravvivenza ma deve anche essere una fonte di piacere, di soddisfazione perché si deve poter svolgere in un ambiente sereno e felice.

Tra 0 e i 3 anni si apre una finestra di opportunità per lo sviluppo della funzione alimentare. La funzione di alimentazione è sottoposta ad uno sviluppo che ha inizio fin dalla vita intrauterina. L'evoluzione delle abilità di alimentazione e di deglutizione progredisce lungo il corso dei primi tre anni di vita quando la funzione alimentare arriverà ad essere molto simile a quella del soggetto adulto. Nei primi tre anni di vita molti sono





i cambiamenti a cui il bambino deve fare fronte quando viene alimentato e/o si alimenta. Il neonato nasce con delle potenzialità genetiche che si evidenziano attraverso dei comportamenti istintivi che gli permettono di sopravvivere subito dopo la nascita: i riflessi. La maggior parte dei riflessi presenti alla nascita entro l'anno di età vanno scomparendo, altri invece (suzione, morso etc.) costituiscono la base su cui si costruiranno le successive abilità, e si trasformeranno in vere e proprie capacità. Il neonato inoltre alla nascita presenta già attivi, i sistemi che gli permetteranno di ricevere le informazioni necessarie per trasformare le sue genetiche potenzialità in vere e proprie abilità: i sistemi sensoriali. Fin dalla nascita i 5 sensi del bambino sono attivi e funzionanti, anche se ancora non sono funzionali (capaci di organizzare gli stimoli che ricevono in una funzione). Inizialmente il piccolo non saprà dare un significato agli stimoli a cui è sottoposto, solo con il tempo e con la ripetizione dell'esperienza, imparerà

a farlo. Durante i primi anni di vita la funzione alimentare è fatta di nuove esperienze che si susseguono una dopo l'altra in modo relativamente veloce, il piccolo passa dal latte alle pappe nell'arco di soli sei mesi, alla fine dell'anno ha inserito alimenti solido – morbidi che deve gestire con la funzione masticatoria. Una innumerevole quantità di stimoli dovranno essere processati dai 5 sensi per poi essere organizzati al fine di raggiungere step by step la matura funzione alimentare. Per sviluppare queste tappe il bambino deve fare esperienza a livello sensoriale e a livello motorio di molte cose nuove, deve imparare a conoscere le proprietà degli alimenti: il gusto, la tessitura, la temperatura, la forma, l'odore etc.; imparare a gestirli motorialmente attraverso i movimenti delle labbra, della lingua, delle guance sperimentando l'attività muscolare; sviluppare una maturità digestiva a livello gastrico ed intestinale.

Il bambino quotidianamente si misurerà con delle novità da osservare, da affrontare e

da gestire. Ne dovrà fare di strada per arrivare ad essere competente nella funzione alimentare.

L'importanza della sensorialità

Roberta Baroni pedagoga ed educatrice dell'Asl di Piacenza, ha parlato dell'importanza della sensorialità: il gusto ha permesso all'uomo la sopravvivenza, da qui la sua importanza.

Il bambino che soffre di neofobie, spesso ha manifestazioni dello spettro autistico e spesso lega le sue abitudini alimentari da una marca, ad una confezione, al colore e alla forma del cibo. Esistono dei veri e propri rituali intorto al cibo, come la disposizione degli ali-

menti nel piatto, il colore dello stesso o del cibo, l'ambiente che lo circonda, ma anche il fatto che i cibi all'interno del piatto si tocchino o il materiale con cui sono fatte le posate. Mense troppo rumorose e l'odore tipico di quegli ambienti non favoriscono la gestione di un pasto idoneo che, al contrario, andrebbe servito in un luogo tranquillo e offerto in maniera accattivante. Le difficoltà legate all'alimentazione coinvolgono direttamente i caregiver che devono affrontare quotidianamente paure, preoccupazioni e stress, che possono trasformare il momento del pasto in una situazione avversativa e relazionalmente complessa.

L'intervento quindi è mirato sia al minore che ai genitori /caregiver, soggetti attivi a partire dalla raccolta delle informazioni tramite strumenti dedicati, che apprenderanno tecniche e strategie più funzionali per prevenire e gestire i comportamenti disfunzionali del bambino, oltre ad avere il supporto e il sostegno dell'equipe di riferimento.

È un lavoro lungo, faticoso, in cui la costanza, la coerenza e la condivisione sono elementi essenziali affinché il lavoro sinergico del sistema curante porti al raggiungimento dell'obiettivo ovvero:

1. migliorare l'interazione genitori/figli;
2. modificare le dinamiche al fine di vivere il momento del pasto con modalità che lo rendano comunque piacevole e sereno. La dietista clinica



Alessandra Bosetti dell'Ospedale Buzzi di Milano ha parlato di malnutrizione pediatrica suggerendo dei veri e propri tools per la valutazione dello stato nutrizionale nei piccoli pazienti ospedalizzati. Ha evidenziato il ruolo fondamentale delle famiglie che devono sapere come monitorare il peso, la lunghezza e l'andamento della compliance della dieta in accordo con la dietista. Questo deve essere il fil rouge per la salute di questi bimbi per permettere il massimo raggiungimento del target di crescita.

Anche in questo caso è emersa la necessità di un lavoro congiunto tra operatori sanitari, famiglia, scuola e ristorazione al fine di aiutare i piccoli in una rieducazione alimentare ottimale.

Francesca Andrusiani igienista dentale ha introdotto la sua relazione con la frase *"Un bambino è un bambino. La*



differenza è negli occhi di chi guarda". Non esistono bambini non curabili dal punto di vista odontoiatrico, ma esistono approcci e cure differenti. Sono i professionisti a dover trovare il modo di averne cura. Una diagnosi non decide la terapia, una diagnosi dà ai professionisti delle indicazioni per prendersi cura di quel

bambino nel modo migliore possibile.

In conclusione andrebbe rivisto lo spazio mensa sia in termini di tempo che in termini di spazio e servizio. La mensa scolastica non dovrebbe avere l'unico scopo di nutrire i bambini, come avveniva in passato. Il suo fine principale è quello di educare il bambi-

no alla corretta alimentazione, fargli assaggiare sapori che altrimenti potrebbe non conoscere a casa, offrire una varietà di gusti nel rispetto della tradizione e dell'offerta alimentare locale.

Di fatto la mensa scolastica è meno abituata dall'amalgamarsi di gusto, piacere e regole ed è spesso spogliata della veste conviviale.

L'efficacia della prevenzione primaria riguarda allora la possibilità che nelle scuole si possa restituire alla mensa la veste sociale, culturale e piacevole della convivialità: promuovere una diversa cultura alimentare.

Un impiattamento che curi maggiormente l'aspetto visivo, i colori oltre che i sapori, lo studio di ambienti meno rumorosi, più luminosi e allegri, ma anche maggior tempo da considerarsi tempo scuola perché diventi un'ora di educazione non solo alimentare.



L'INNOVAZIONE INCONTRA L'ECCELLENZA



CONTROLLO DELLA TEMPERATURA






IDENTIFICAZIONE E TRACCIABILITÀ






CONSEGNA IN SICUREZZA






www.polibox.com

ALTRE INFO
LE TROVI
QUI >





S.D.S. srl Via Campo dei Fiori, 13 - 20010 Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 - Fax (+39) 02 37074208
Email: sds@grupposds.it - www.grupposds.it



simplify your work



Ristorando. 
collettiva-commerciale moderna
Pocketmaga Europe
Gratis - Oltre acquisti in-app

Istantanee

iPhone

iPad



**Oggi più che mai
puoi leggerci
dove, come e quando vuoi**



www.edifis.it

Imparare dal cibo

Con il "Ricettario 2.0", "Ecce Cibus" e l'App FoodSchool, Ristocloud informa, guida, accompagna e supporta i genitori e i propri figli a una corretta alimentazione



Grande partecipazione, più di 750 persone online, all'evento web "I portali della Regione del Veneto per la ristorazione collettiva sociale", in occasione della presentazione di "Ricettario 2.0" e "Ecce Cibus", realizzati da **Ristocloud Group**.

Grazie a questa iniziativa, le mense pubbliche, come quelle di scuole ed Rsa del Veneto, potranno contare d'ora in poi su "Ricettario 2.0", un portale web che aiuta il personale delle mense a creare menu salutarie e bilanciati, in formato elettronico, che rispettino i livelli giornalieri raccomandati di nutrienti e le linee guida nazionali e regionali per le mense pubbliche. Lo scopo è dunque promuovere una sana alimentazione, utile tra l'altro a prevenire le malattie croniche degenerative, come previsto nel Piano Nazionale della Prevenzione 2020-25. Obiettivi a cui tende anche l'Agenda 2030 dell'Onu. Il portale "Ecce Cibus" invece, è uno strumento di monitoraggio delle eccedenze alimentari nel territorio regionale. Si propone come supporto per la lotta alle disuguaglianze in salute, secondo la legge 166/2016 che mira a ridurre gli sprechi in tutta la filiera alimentare, favorendo il recupero e la donazione dei cibi, dove possibile.

Il cuore hi-tech della mensa

Il cuore pulsante della mensa del futuro passa attraverso l'uso della più moderna tecnologia e si chiama **FoodSchool**. È l'ultima App mobile realizzata da Ristocloud Group che sarà disponibile, per l'inizio del nuovo anno scolastico, su Android e iOS. Questo strumento, di facile utilizzo, informa, guida, accompagna e supporta i genitori e i propri figli a una corretta alimentazione, all'insegna dell'"imparare dal cibo". Una volta scaricata l'App dagli store, basterà leggere il QR Code – presente sulla locandina affissa nella propria scuola – generato direttamente dalla piattaforma Ristocloud per essere subito

connessi: molti contenuti sono accessibili liberamente e consultabili direttamente tramite il proprio smartphone, per altri, invece, può essere richiesta la registrazione (gratuita) al portale internet ufficiale dell'appalto.

Nella pagina principale di FoodSchool sono sempre disponibili:

- Tutte le notifiche che il sistema invia direttamente alla famiglia in merito al servizio di refezione scolastica, ad esempio cambio menu, menu del territorio, etc.

- Il menu del giorno completamente interattivo, i consigli per la cena per l'intera settimana, il progetto di educazione alimentare, i consigli degli esperti.

Grazie ai tasti interattivi sarà sempre possibile spostarsi in maniera facile e immediata tra la pagina principale dell'App, e nel menu dell'intero mese suddiviso nelle varie settimane.

- Un'area SOS dove si possono trovare contenuti utili per situazioni di emergenza (es. filmato per la disostruzione delle vie aeree) e il profilo personale di registrazione, dove accedere ai pagamenti effettuati o da effettuare, al calendario del servizio mensa e alla visualizzazione personalizzata del menu specifico del proprio figlio/a se in regime di dieta speciale o religiosa.

- Fornire alle famiglie i consigli per la cena del/della bambino/a sapendo cosa ha mangiato in mensa quel giorno, fornendo anche delle ricette calibrate che possono essere utilizzate sulla base delle indicazioni del Servizio Nutrizionale.

- Sono previste delle notifiche per coinvolgere la famiglia nelle iniziative previste dal Servizio di Ristorazione.

- Interagire con degli esperti online, messi a disposizione dal gestore del servizio per avere consigli specifici su eventuali problemi di allergie, intolleranze, diete specifiche o per una corretta alimentazione.

Insomma, con la nuova App FoodSchool, Ristocloud vuole insegnare a bambini e genitori, in maniera semplice, intuitiva e divertente, grazie anche all'aiuto di una simpatica mascotte, come mangiare in modo sano, equilibrato e bilanciato. Un contributo utile a uno stile alimentare più consapevole, all'insegna dell'educazione e della sostenibilità, caratteristiche sempre più importanti anche nel consumo alimentare, a maggior ragione se coinvolge le nuove leve.



RISTOCLOUD GROUP S.r.l.

Via Risorgimento, 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)

Tel. 045.6402881 - Fax. 045.6402872

info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com





La fiducia **in fondo al tunnel**

Nonostante numeri da "bollettino di guerra", i pubblici esercizi guardano al futuro con fiducia e sono pronti ai cambiamenti che la "nuova normalità" impone, purché anche il Governo faccia la sua parte

di M.L.Andreis

T Il Rapporto annuale sulla ristorazione in Italia per il 2020 presentato dal direttore del Centri Studi di Fipe **Luciano Sbraga**, alla presenza del presidente **Lino Enrico Stoppani** e del ministro dello Sviluppo economico **Giancarlo Giorgetti**, appare come "un bollettino di guerra": un anno di pandemia ha ridotto in macerie uno dei settori maggiormente dinamici e attivi dell'economia italiana, quello dei pubblici esercizi. In 14 mesi sono stati bruciati il doppio dei posti di lavoro cre-

ati tra il 2013 e il 2019, l'incertezza è diventata il sentimento prevalente e lo dimostra la riduzione del 50% del numero di nuove attività avviate nell'anno. La crisi non travolge solo l'offerta, ma influenza profondamente anche la domanda: i consumi degli italiani si sono fatti meno sofisticati, con la spesa alimentare domestica che non è riuscita a coprire nemmeno il 20% di quanto perso con lo stop a bar e ristoranti. D'altra parte, i nuovi usi e consumi degli italiani hanno



Fig. 1

spinto gli imprenditori del settore a puntare su nuovi servizi digitali, sulla diversificazione dell'offerta e una migliorata qualità dei prodotti agroalimentari, oltre che su una cucina in grado di renderli riconoscibili e valorizzarli.

Per seguire questi cambiamenti da vicino, la Federazione italiana dei Pubblici esercizi ha quindi deciso di affiancare il suo tradizionale rapporto annuale sulla ristorazione, con una indagine sui prossimi mesi e le prospettive di ripartenza, realizzata in collaborazione con Bain & Company e TradeLab.

"Dal primo lockdown ad oggi", ha detto Lino Enrico Stoppani nel suo intervento, "gli impen-

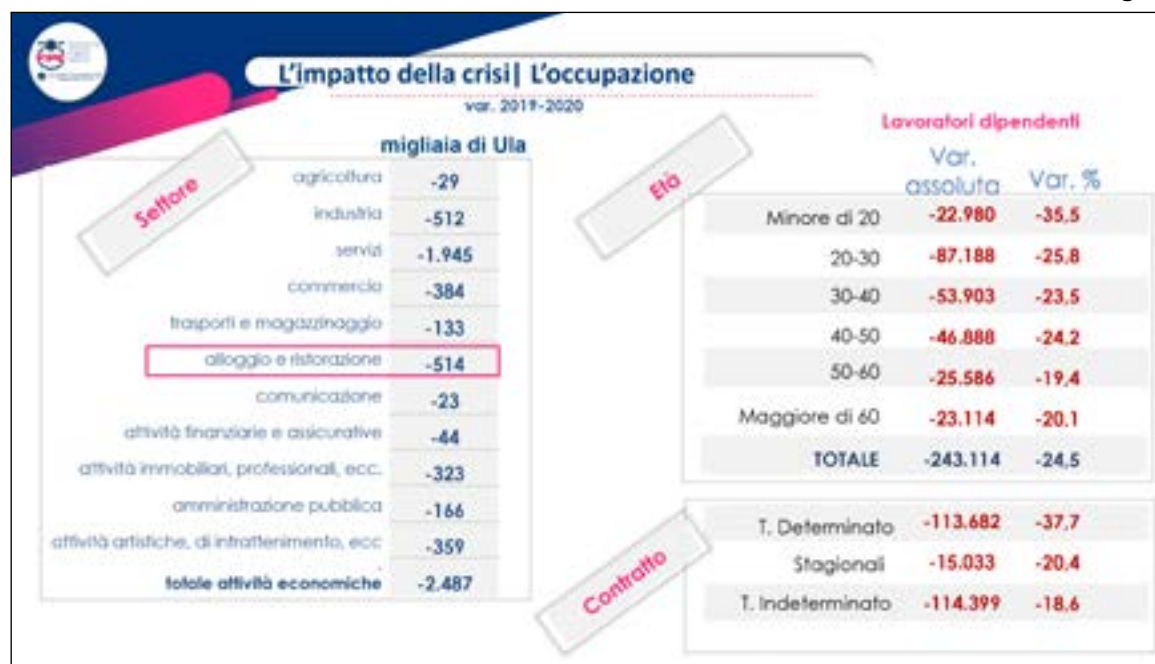
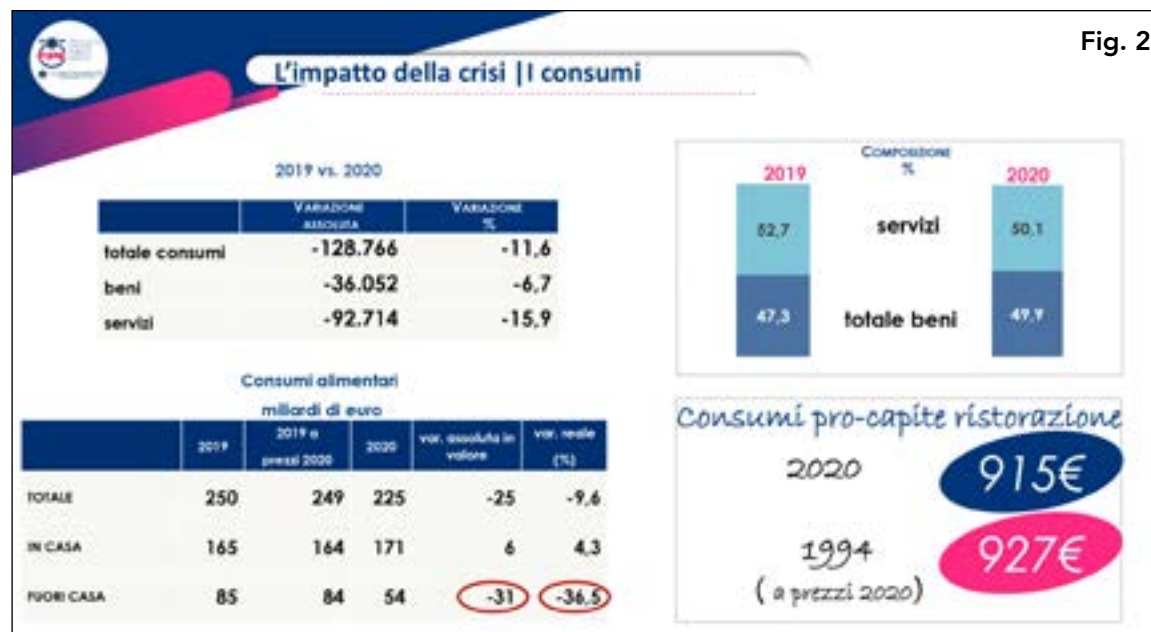


Fig. 2

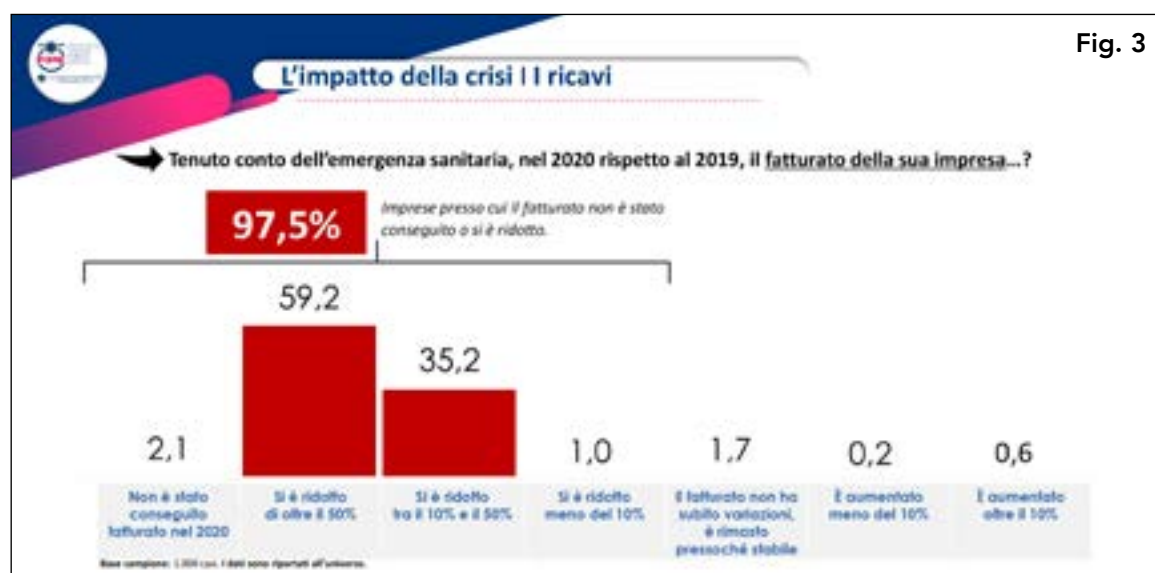


permane, ad un anno dall'avvio della pandemia e ad ormai 6 mesi dall'avvio della campagna vaccinale".

Secondo Stoppani, le novità introdotte per le riaperture serali dei pubblici esercizi e lo spostamento del coprifuoco sono ulteriori passi in avanti per il recupero della normalità operativa, il pre requisito per dare prospettive di fiducia a imprenditori in grande difficoltà, sebbene rimanga la criticità per l'intrattenimento e le discoteche. "Se a questo provvedimento si aggiungessero nuovi sostegni per consentire la gestione delle contingenti drammatiche difficoltà e a trat-

ditori dei pubblici esercizi hanno vissuto una vera e propria odissea, dovendo fare i conti con il crollo del loro fatturato, l'impossibilità a pianificare la loro attività e una diffusa sensazione di accanimento dei provvedimenti, non giustificato dai dati, nei loro confronti. Ai primi 70 giorni di chiusura forzata, si sono aggiunti altri mesi di confusione normativa collegata all'interpretazione delle prescrizioni da adottare per l'esercizio delle attività, per poi cominciare, subito dopo l'estate, con il valzer dei colori: un caos istituzionalizzato che

Fig. 3



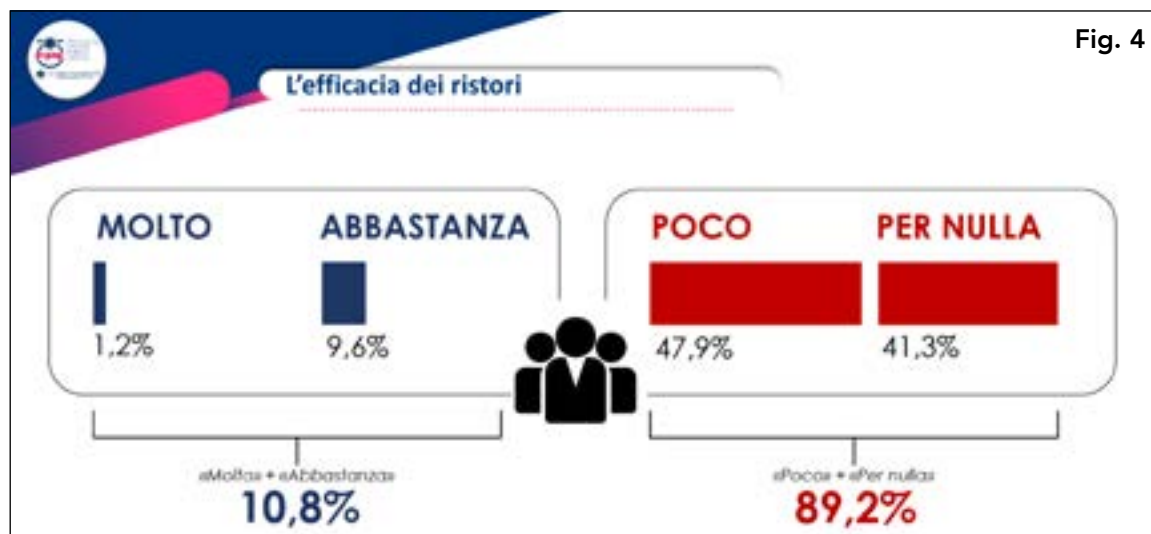


Fig. 4



tenere l'occupazione del settore, arginando la pericolosa dispersione di competenze, si aprirebbero scenari di vero rilancio per il settore", ha chiosato il presidente Fipe.

Occupazione, un bagno di sangue

Secondo i dati Istat, nel 2020 in Italia si sono persi 2,5 milioni di posti di lavoro misurati in unità standard di lavoro, di cui 1,9 milioni nei servizi. Il più colpito è il settore della ricettività e della ristorazione che ha visto bruciare in un solo anno 514mila unità, più del doppio dei 245mila posti di lavoro creati tra il 2013 e il 2019. Un dato allarmante che dimostra però anche l'eccezionale dinamicità pre-Covid del fuoricasa italiano (Fig. 1 a pag. 47).



Fig. 5

Come cambiano i consumi

Cambiano i consumi degli italiani: si mangia di più in casa, obbligatoriamente, ma la bilancia è in deficit. Cresce di 6 miliardi di euro la spesa alimentare tra le mura domestiche, ma crolla di 31 miliardi di euro quella in bar e ristoranti (Fig.2 a pag. 47).

Serrande abbassate

Un'indagine condotta da Fipe e Format Research, certifica che il 97,5% degli imprenditori ha registrato, nel corso del 2020, un calo del fatturato della propria azienda. In particolare, 6 titolari di pubblici esercizi

su 10 ha lamentato un crollo di oltre il 50%, mentre il 35,2% ritiene che il fatturato si sia contratto tra il 10% e il 50%. I motivi sono da ricercare nel calo della domanda a causa delle misure restrittive, sia sulle attività che sulla mobilità delle persone (88,8%), nella riduzione della capienza all'interno dei locali per l'attuazione dei protocolli di sicurezza (35,4%) e nella contrazione dei flussi turistici (31,1%), in particolare di quelli stranieri (Fig.3 a pag. 47).

Sostegni insufficienti

A fronte di tutto questo, i ristori previsti dal governo sono stati insufficienti. Per l'89,2% degli

imprenditori sono stati poco (47,9%) o per nulla (41,3%) efficaci (fig. 4).

Meno aperture, chiusure congelate

Il 2020 si è caratterizzato per un numero eccezionalmente basso di nuove imprese avviate: 9.190 a fronte delle oltre 18 mila aperte nel 2010. Per contro, i dati Infocamere certificano la chiusura nell'anno della pandemia di 22.250 attività. Un dato che sottostima la reale dimensione della crisi delle imprese della ristorazione, i cui effetti si vedranno soltanto nei prossimi mesi quando terminerà l'effetto anestetico

dei provvedimenti di cassa integrazione, ristori, moratorie e via dicendo. A dicembre del 2020 negli archivi delle Camere di Commercio italiane risultavano attive 335.417 imprese della ristorazione. Conseguenza: dopo aver raggiunto il suo massimo storico nel 2019, con oltre 46 miliardi di euro, il valore aggiunto generato dalle imprese della ristorazione è precipitato in un solo anno di 33 punti percentuali. Un dato che si traduce in un crollo della fiducia degli imprenditori in una pronta ripresa del mercato della ristorazione. Nel primo trimestre del 2021, il saldo tra valutazioni positive e valutazioni negative sulla dinamica del fatturato dell'intero settore segna -68,3%, in peggioramento di 13 punti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, nonostante l'intero Paese si trovasse in lockdown. Intanto, cambiano anche i consumi: al crollo delle occasioni serali fanno da contraltare l'aumento del delivery e la crescita dei consumi negli esercizi dei piccoli centri (Fig. 5 a pag. 48).

Il salto nella preistoria

Nonostante quello che Sbraga ha definito il "salto nella preistoria", con una spesa pro capite per la ristorazione pari a 920 euro nel 2020, un dato che rimanda al 1994 (sic!), l'84,3% degli imprenditori scommette su una ripresa del settore, subordinata però alla fine dell'emergenza (fig. 6). Secondo gli intervistati, il 2021 sarà ancora un anno di fatturati in calo, mediamente del 20%. Il 66% dei responsabili di grandi aziende della filiera (industria, distribuzione e ristorazione) prevede una ripresa non prima del 2022-2023, mentre il 27% pensa che solo nel 2024 ci sarà una vera inversione del trend (Fig. 7). Ciononostante, la filiera prova a guardare al futuro: il rilancio del settore, secondo gli esperti, passerà da un potenziamento dei servizi digitali, food delivery in testa, e da una maggior attenzione su qualità dei prodotti, originalità nell'offerta, marketing e sostenibilità.



Fig. 6

Parola d'ordine: fiducia

In generale, la speranza è quella che l'effetto rimbalzo dei consumi fuoricasa nei prossimi 3-5 anni possa portare a un incremento per i pubblici esercizi tale da superare i livelli del 2019. Per cogliere questa opportunità, tuttavia, gli "addetti ai lavori" individuano due strade maestre. Per il 27% degli intervistati, gli imprenditori dovranno puntare su un incremento dei servizi digitali, a cominciare dall'home delivery e da forme di take away sostenibili ed efficaci, attraverso menu appositamente studiati. Un altro 27% suggerisce invece

di puntare su un miglioramento della qualità, puntando su una specializzazione identitaria in grado di garantire riconoscibilità a un bar o a un ristorante. Sempre più decisiva, in quest'ottica, anche una puntuale attività di marketing e comunicazione.

Il ministro tira le somme

"Se quello che è stato presentato è un bollettino di guerra, siete voi imprenditori gli 'eroi moderni' che hanno combattuto in prima linea", ha commentato la presentazione del Rapporto il ministro Giorgetti. Che, sottolineando la centralità dell'impre-

ditore ancor più che dell'impresa, ha promesso tre cose: dare agli operatori economici un quadro di certezza, fornire nuovi sostegni al settore e prevedere un fondo dedicato a quelle attività che saranno escluse dalle imminenti riaperture, prevedendo una misura a forfait. E, dopo queste tre misure di cura, occorrere sedersi a un tavolo per valutare al meglio come continuare a sostenere il comparto anche nel post pandemia, ricordando che i pubblici esercizi non svolgono solo una funzione economica ma sono anche punti di aggregazione e socialità per milioni di italiani.



Fig. 7

Parola d'ordine: **innovazione**

Apprezzati nelle cucine professionali di tutto il mondo, i prodotti RATIONAL offrono solide garanzie in termini di produttività, facilità operativa e organizzazione del lavoro. Ma non solo.

Il viaggio di RATIONAL è cominciato nel 1973 con soli 18 collaboratori. E, allora, nessuno avrebbe immaginato che quello sarebbe stato l'inizio di una storia di successo.

Oggi RATIONAL conta 31 filiali ed è presente in più di 120 paesi in tutto il mondo. Da oltre 46 anni l'obiettivo dell'azienda tedesca è quella di offrire ai propri clienti il miglior strumento di cottura possibile. Un traguardo che, numeri alla mano, si può dire in buona parte raggiunto. "Ogni giorno, infatti, nel mondo vengono preparati oltre 140 milioni di pasti con apparecchi RATIONAL", ci suggerisce **Enrico Ferri**, a capo della filiale italiana aperta nel 1998 a Mestre (Ve).

Le tendenze e le modalità di acquisto e consumo stanno cambiando, i piatti vengono scelti e ordinati online, con servizio delivery o come Take-Away. I piatti, ora, devono essere prima di tutto facili da preparare, veloci da trasportare e fotogenici. Con quali soluzioni RATIONAL affronta l'evoluzione dei consumi ce lo spiega ancora l'AD Ferri. "La fortissima accelerazione e ascesa delle Dark Kitchen, attraverso le quali il cibo arriva a domicilio in maniera diretta oppure attraverso le app e le piattaforme di Delivery come Glovo, UberEats, ci ha portato a decidere di organizzare una serie di eventi online chiamati



Trend Talk. In queste sessioni, che stanno riscuotendo grande successo, si affrontano tutti i temi legati a questa nuova tendenza e offriamo la nostra consulenza a chi ne senta la necessità, per poter affrontare al meglio questa fase di trasformazione. Inoltre, per supportare al meglio i nostri clienti in questo momento critico, abbiamo studiato delle formule di pagamento finanziato che, abbinate al credito di imposta ottenibile grazie al piano nazionale Transizione 4.0, agevolano

finanziariamente l'acquisto a coloro che in questo momento decidono di investire nel rinnovo della propria cucina".

Ma quali sono gli elementi chiave con cui RATIONAL interpreta la necessità di coniugare produttività, risparmio energetico e sostenibilità ambientale?

"I nostri strumenti di cottura, prosegue Ferri, forniscono un contributo essenziale all'efficienza nell'uso dell'energia e delle risorse nelle cucine professionali. Con i prodotti

RATIONAL è possibile risparmiare energia, acqua, tempo e materie prime riducendo notevolmente gli sprechi. Le funzioni intelligenti del nostro iCombi Pro, ad esempio, assicurano una produttività superiore del 50%, una riduzione del 10% dei tempi di cottura e, per la pulizia, l'utilizzo del 50% in meno di prodotti chimici. iVario, il nostro sistema di cottura multifunzione, grazie alla sua precisione e velocità, consuma fino al 40% di energia in meno rispetto alle attrezzature

RATIONAL IN PILLOLE

Data di nascita: 1973

Giro d'affari 2019 (mln €): 844

Giro d'affari 2020 (mln €): 650 (-23% dovuto alle misure di protezione a livello mondiale in relazione alla crisi del coronavirus)

Parco macchine installato (unità): oltre 1.000.000 di combi-vapore sul mercato e oltre 40.000 sistemi di cottura multifunzione VarioCookingCenter®/iVario.

Numero dipendenti: 2300 come gruppo, 49 nella filiale italiana

tradizionali".

La risposta al delivery

L'offerta che RATIONAL propone in risposta alla crescente richiesta di delivery è la flessibilità delle proprie attrezzature che permette di passare facilmente da ristorante tradizionale a delivery e Take-Away e viceversa. "L'intelligenza artificiale che caratterizza il funzionamento dei nuovi iCombi Pro e iVario, ci dice Ferri, permette di ottenere il risultato desiderato, ripetutamente, solo premendo un pulsante. Offrono semplificazione e flessibilità, esattamente quello che oggi è più necessario in cucina. Selezionando il risultato desiderato sul display, la funzione iCookingSuite regola automaticamente temperatura e tempi di cottura per ottenere esattamente quello che è stato impostato;

e salvando il processo potrà poi essere riprodotto anche dal personale meno esperto, semplicemente premendo un pulsante. La funzione iProductionManager consente carichi misti, indicando esattamente quali cibi possono essere cucinati insieme e offre la possibilità di scegliere se pianificare la cottura in base al tempo o all'efficienza energetica. Per pianificare con la massima precisione".

Ma come funziona e anche tipo di utenza si rivolge il ConnectedCooking?

"ConnectedCooking è la nostra piattaforma digitale. Collegando le unità in rete tramite la nostra soluzione in cloud è possibile avere tutto sotto controllo ed essere sempre informati sulle attività dei sistemi di cottura. Da remoto si possono gestire le cotture, la pulizia, eseguire gli



aggiornamenti, scaricare i dati HACCP, nonché richiedere assistenza tecnica. È inoltre disponibile una libreria di ricette internazionali da cui farsi ispirare. È uno strumento utile per tutti coloro che desiderano avere tutto sempre sotto controllo. Ma non solo. Il collegamento delle unità in rete è requisito fondamentale per ottenere il credito di imposta legato ai beni strumentali Impresa 4.0".

Macchine intelligenti, performanti, rispettose dell'ambiente, perché nei consumi e che dialogano fra di loro e con l'operatore. Questi sono gli elementi che caratterizzano oggi il moderno equipment a disposizione di ristoranti e centri cottura, attrezzature capaci soprattutto di grande flessibilità operativa, di adattarsi a diversi flussi di lavoro e persino di cambiare il modo di

lavorare in cucina. Opportunità interessanti che non possono prescindere da un uso consapevole da parte dell'operatore e da una corretta manutenzione. "A questo proposito dice Ferri, offriamo servizi post-vendita sia di tipo tecnico che applicativo. La ChefLine® è attiva 7 giorni su 7 per 24 ore al giorno e può essere utilizzata ogni qualvolta si abbia la necessità di una consulenza da parte di uno dei nostri chef, oppure nel caso si renda necessaria l'assistenza tecnica. È possibile avvalersi di un training iniziale e successivamente rimanere costantemente aggiornati grazie alla formazione continua dei corsi Academy. Sono inoltre disponibili dei pacchetti di manutenzione programmata, ideali per chi desidera mantenere la propria unità sempre in perfetta forma".



ENRICO FERRI,
AD RATIONAL Italia

Dona il 5x1000 ad Amani

La tua firma è luce sul futuro

C.F. 97179120155



Ristorando

Ristorando con Amani

Con il tuo 5xmille, i bambini che vivono in strada a Nairobi e Lusaka troveranno casa, protezione e scuola.

Non costa nulla e per noi è un aiuto essenziale, oggi più che mai.

Firma nell'apposito riquadro del 730, della Certificazione Unica (CU) o del Modello Unico e scrivi il codice fiscale di Amani 97179120155



Associazione Amani Onlus
Via Tortona 86, Milano 20144
Tel. 02 4895 1149
segreteria@amaniforafrica.it
www.amaniforafrica.it



Il bicchiere mezzo pieno

Dal diritto all'acqua e ai servizi igienico-sanitari dipende il diritto alla vita, alla salute, al cibo, all'uguaglianza e a un ambiente sano. Facciamo il punto

di Emilia Guberti

Garantire la disponibilità e la gestione sostenibile di acqua e servizi igienici per tutti è l'obiettivo 6 dell'Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile. L'obiettivo si propone di ottenere entro il 2030 l'accesso universale ed equo all'acqua potabile e ad impianti sanitari e igienici adeguati, inoltre di migliorare la qualità dell'acqua e aumentare l'efficienza nel suo utilizzo. Lo scorso 12 gennaio è entrata in vigore la Direttiva (UE) 2020/2184 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 16 dicembre 2020, concernente la qualità delle acque destinate al consumo umano che mira ad offrire acqua di rubinetto di alta qualità in tutta l'UE. Si tratta della prima legislazione europea che viene adottata in seguito ad un'iniziativa dei Cittadini Europei (ICE), *Right2water1*, quale strumento di democrazia partecipativa dell'UE sottoscritta da 1,8 milioni di cittadini.

Acqua per il benessere

L'acqua è essenziale per il mantenimento della vita. La sua presen-

za è indispensabile per lo svolgimento dei processi fisiologici e delle reazioni biochimiche che avvengono nel nostro corpo. Dal momento che non vi è sistema interno dell'organismo che non dipenda direttamente dall'acqua, è facile intuire che mantenere un giusto equilibrio del nostro bilancio idrico (il rapporto tra le entrate e le uscite di acqua) è fondamentale per conservare un buono stato di salute nel breve, nel medio e nel lungo termine. Esiste un rapporto di causa ed effetto tra l'assunzione giornaliera d'acqua e il mantenimento delle normali funzioni fisiche e cognitive: una perdita d'acqua corporea pari a circa l'1% è normalmente compensata entro 24 ore, l'assenza di tale compensazione e l'ulteriore aumento della perdita d'acqua corporea compromettono le funzioni fisiche e cognitive.

I LARN IV edizione (2014) a cura della Società Italiana di Nutrizione Umana (SINU) raccomandano consumi giornalieri di acqua che nell'adulto arrivano a circa 2-2,5 litri (8-10 bicchieri al giorno) da assumere attraverso i liquidi e il cibo. Il fabbisogno di acqua dovrebbe essere soddisfatto per il



70-80% attraverso le bevande e la rimanente quota del 20-30% attraverso alimenti che ne sono ricchi, principalmente frutta e verdura. Al fabbisogno legato al consumo diretto si aggiunge quello necessario per l'igiene personale e per gli ambienti di vita, di lavoro e di servizio. L'accesso all'acqua e ai servizi igienico-sanitari (WATER, Sanitation and Hygiene, WASH) sicuri, fa parte dei diritti umani fondamentali, stante il ruolo essenziale nella protezione della salute umana dalle malattie infettive, per assicurare approvvigionamenti idropotabili nei luoghi di vita (residenza, istruzione, lavoro e cura) e garantire un'efficace igiene personale ed ambientale indispensabili a contenere l'esposizione umana a malattie trasmissibili (infezioni,

tossinfezioni, intossicazioni). La recente pandemia ha evidenziato l'importanza di un gesto semplice ma essenziale per la salute come quello di lavarsi le mani, ben sintetizzata con lo slogan "save lives: clean your hands!" nella Giornata mondiale dell'Igiene delle mani (lo scorso 5 maggio 2021).

In Italia la Sorveglianza delle acque ad uso umano è prevista fra i Livelli Essenziali di assistenza di "Prevenzione collettiva e sanità pubblica" del Servizio Sanitario Nazionale a cura dei Servizi Igiene Alimenti e Nutrizione dei Dipartimenti di Prevenzione. Le Aziende Sanitarie Locali (ASL), con il supporto analitico dei Laboratori di Sanità Pubblica o delle Agenzie Regionale per l'Ambiente, hanno il compito di controllare i requisiti

degli impianti di emungimento/trattamento e delle acque erogate dagli acquedotti per il consumo umano (caratteri fisici, chimici e biologici) secondo programmi annuali che hanno la finalità di verificare se tali acque hanno i requisiti di Legge, individuare precocemente eventuali variazioni dei requisiti in modo da provvedere sollecitamente alla loro correzione, dare garanzia ai consumatori sulla salubrità dell'acqua fornita e sulla sua buona qualità.

Il rifornimento idrico in Italia

Il rapporto 2021 dell'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) sul consumo di acqua nel Paese, ha evidenziato che l'Italia con 9,2 miliardi di metri cubi (2018) è al primo posto in Europa per il volume di acqua dolce prelevato da fiumi, laghi ed in particolare dal sottosuolo (84,8% da pozzi e sorgenti), inoltre con un volume di 153 metri cubi per abitante è seconda solo alla Grecia (157 metri cubi per abitante). In un anno vengono immessi nella rete idrica italiana 8,2 miliardi di metri cubi di acqua, di cui ne vengono utilizzati 4,7 miliardi. Gli altri 3,5 miliardi di metri cubi (42%) vengono dispersi a causa delle cattive condizioni dell'infrastruttura idrica. L'ISTAT stima che recuperando queste perdite si potrebbe garantire il fabbisogno di acqua a circa 44 milioni di persone in un anno, oltre due terzi degli italiani!

Tale problematica si riflette anche sul grado di soddisfazione degli italiani rispetto al servizio idrico.

La fiducia degli italiani nell'acqua del rubinetto

Secondo ISTAT nel 2020 l'87,4% delle famiglie italiane si è detto soddisfatto del servizio idrico, ciò in base a diversi indicatori: dall'interruzioni della fornitura, pressione, odore, sapore, limpidezza alla frequenza di lettura dei contatori e comprensibilità delle bollette. Non tutto il Paese è soddisfatto allo stesso modo: si va dall'80 % di soddisfazione delle famiglie residenti nelle regioni del Nord al 75% nel Sud e nelle Isole. La minore soddisfazione si registra in Calabria, Sardegna, Sicilia e Abruzzo. Sempre secondo ISTAT le famiglie italiane generalmente si fidano dell'acqua del rubinetto e nel 2020 il 71,6% dichiara di berla senza timori con una tendenza in aumento nel tempo (era il 59,9% nel 2002).

L'Italia in testa per il consumo di acqua in bottiglia

Nonostante i dati mostrino un cambiamento nelle abitudini, l'Italia rimane comunque uno dei paesi che consuma più acqua in bottiglia. Il consumo pro capite resta molto sopra la media europea: 200 litri all'anno contro i 118 in media nei paesi dell'Unione Europea. Si stimano circa 8 miliardi l'anno le bottiglie di plastica consumate a fronte dei 46 miliardi utilizzati in ambito UE. Più bottiglie significa più plastica e rifiuti,



Foto di mirjn su Unsplash

un maggiore impatto ambientale, oltre a una spesa maggiore. L'avvento della pandemia di Covid-19 ha generato inizialmente preoccupazione fra i consumatori circa la possibilità che le acque destinate al consumo umano potessero essere fonte di trasmissione di Coronavirus. Una preoccupazione prontamente fugata dalle Istituzioni Sanitarie per cui l'11 marzo 2020 l'Iss dichiarava che "L'acqua di rete è sicura e non ci sono giustificazioni sanitarie per scegliere le minerali (prese d'assalto in occasione del primo lockdown di marzo 2020). Le correnti misure di controllo delle acque (protezione delle risorse idriche, trattamenti, disinfezione, monitoraggio e sorveglianza), le correnti pratiche di depurazione sono efficaci nell'abbattimento del virus, dati i tempi di ritenzione e i fenomeni di diluizione che caratterizzano i trattamenti, uniti a condizioni ambientali che pregiudicano la vitalità dei virus (temperatura, luce solare, livelli di pH elevati)". Inoltre, negli acquedotti si svolge una fase finale di disinfezione che consente di rimuovere i virus dall'acqua, prima che sia immessa nelle condutture. Il mercato dell'acqua in bottiglia

ha retto nell'anno del Covid. Nonostante il crollo delle vendite ai bar, ristoranti e hotel, che durante il lockdown ha raggiunto il picco del -90%, quelle alle catene di supermercati sono cresciute di quasi due punti percentuali (Confindustria Mineracqua 2021).

Normativa dell'acqua ad uso umano

La necessità di adeguare al progresso scientifico e tecnologico gli strumenti di controllo del rischio sanitario associato alla qualità delle acque destinate al consumo umano, ha indotto la Comunità europea a diverse ridefinizioni delle norme inerenti la salubrità delle acque e, nel contempo, ad un aggiornamento delle strategie e dei metodi di sorveglianza che hanno conosciuto una serie di revisioni a partire dalla Direttiva 98/83/CE. Tale direttiva è stata recepita in Italia con il Decreto Legislativo (DLGS) 2 febbraio 2001 n. 31 inerente le caratteristiche di qualità essenziali per tutte le acque, trattate o non trattate, destinate a uso potabile, per l'igiene o per la preparazione di cibi in ambito domestico e tutte le acque utilizzate in imprese alimentari per la fabbricazione, il trattamento, la conservazione o l'immissione sul mercato di prodotti o sostanze

destinate al consumo umano. Il Decreto Legislativo 31/2001 ha conosciuto diverse integrazioni e modifiche, la più recente col Decreto del Ministero della Salute 14 giugno 2017 che recepisce la direttiva (UE) 2015/1787 di modifica della direttiva 98/83/CE e conseguentemente modifica il DLGS 31/2001 relativamente a modalità di prelievo, campionamenti e parametri inerenti i controlli delle acque ad uso umano.

Questi ultimi sono destinati ad un ulteriore aggiornamento in virtù della nuova Direttiva (UE) 2020/2184, 16 dicembre 2020, concernente la qualità delle acque destinate al consumo umano. In vigore dallo scorso 12 gennaio, essa modifica i limiti di alcuni parametri in senso più restrittivo (Cromo, Piombo) e ne introduce di nuovi (Bisfenolo A, Cloriti e Clorati, PFASs -sostanze perfluoroalchiliche, Microcistine – LR, Uranio, Acidi aloacetici) alla luce di nuove evidenze scientifiche a tutela della salute dei consumatori. Al recepimento della direttiva (entro due anni dall'approvazione) nelle loro norme nazionali, ogni stato membro potrà introdurre nell'elenco di sostanze da controllare ulteriori parametri e stabilire valori più restrittivi rispetto a quelli previsti dalla norma comunitaria. È, inoltre, prevista entro inizio 2022, a cura della Commissione UE, la redazione di un elenco di sostanze o composti motivo di preoccupazioni per la salute (elenco di controllo) tra cui i prodotti farmaceutici, i composti che alterano il sistema endocrino e le microplastiche. Il meccanismo dell'elenco di controllo consentirà di rispondere in modo dinamico e flessibile alle preoccupazioni per la salute di opinione pubblica o comunità scientifica e di dare seguito alle nuove conoscenze sui composti emergenti inerenti

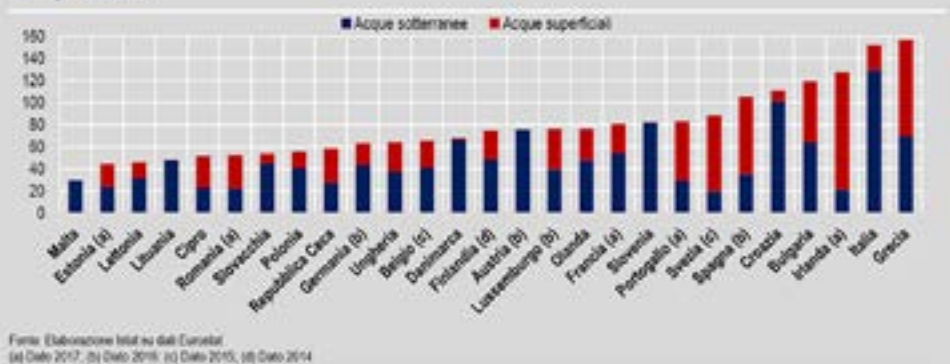
salute umana e metodi di monitoraggio più adeguati. Tra le novità della Direttiva (UE) 2020/2184, appare rilevante l'introduzione di un approccio al monitoraggio dell'acqua basato sul concetto della valutazione e prevenzione del rischio, ovvero sull'individuazione dei rischi e sulla gestione dell'intera catena di approvvigionamento dell'acqua potabile, dal bacino idrografico, all'estrazione, al trattamento, allo stoccaggio e alla distribuzione fino al punto in cui i valori devono essere rispettati, ossia dalla fonte al rubinetto. La valutazione del rischio era, del resto, già prevista dalla Direttiva 2015/1787 (recepita in Italia dal DM 14 giugno 2017) che ha fatto proprio il modello del *Water Safety Plan* (WSP) indicato dalle Linee Guida dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (WHO 2004). Secondo WHO i Piani di sicurezza dell'acqua costituiscono il mezzo più efficace per assicurare la salubrità dell'acqua potabile in

modo continuativo in tutte le fasi della distribuzione, dalla captazione al consumatore finale ed i Manuali applicativi dei WSP (*Water Safety Plan Manual Step-by-step risk management for drinking-water suppliers 2009*) sviluppati in Italia col coordinamento dell'ISS, rappresentano un guida pratica per strutture sanitarie e ricettive, società di acquedotti o enti simili alle prese con l'applicazione e lo sviluppo di un *Water Safety Plan*. Ma la Direttiva (UE) 2020/2184 si propone obiettivi ben più ambiziosi intende incentivare, attraverso vari strumenti e regole, un minore consumo dell'acqua in bottiglia, aumentando e migliorando la fiducia nell'acqua del rubinetto anche grazie a una più facile e puntuale informativa sulla qualità delle acque distribuite. L'auspicio è quello di ottenere un risparmio per le famiglie dell'UE di più di 600 milioni di euro all'anno e allo stesso tempo una riduzione dei rifiuti di plastica con un evidente impatto positivo sull'ambiente. La norma intende promuovere un maggior accesso all'acqua destinata al consumo umano chiedendo agli Stati membri di: 1) garantire la fornitu-

ra gratuita di acqua all'esterno e all'interno degli spazi pubblici ed 2) adottare misure per migliorare l'accesso all'acqua per i gruppi vulnerabili (rifugiati, comunità nomadi, senzatetto e culture minoritarie come i Rom). Si chiede, inoltre, di incoraggiare la messa a disposizione di tale acqua a titolo gratuito, o a prezzi modici, per i clienti nei ristoranti, nelle mense e nei servizi di ristorazione. Del resto non esiste alcuna norma che imponga a bar e ristoranti di servire esclusivamente acqua in bottiglia ed è quindi del tutto lecito ordinare e somministrare acqua del rubinetto (la cui potabilità rappresenta un prerequisito di idoneità dell'esercizio) come si fa in altri paesi con la "tap water". Il vantaggio è duplice: si contribuisce ad abbattere il consumo di plastica e l'inquinamento prodotto dal trasporto delle bottiglie, inoltre l'acqua "del sindaco" – che di norma è di buona qualità e ben controllata – permette di risparmiare. Un risparmio anche maggiore che può concretamente contribuire a ridurre i costi di esercizio si potrà poi ottenere attraverso una rivisitazione del consumo di acqua nella gestione complessiva dell'attività.



FIGURA 4. PRELIEVI DI ACQUA PER USO POTABILE NEI PAESI UE27. Anno 2018 o ultimo disponibile, metri cubi annui per abitante



Fonte: Elaborazione Istat su dati Eurostat.
(a) Dato 2017, (b) Dato 2018, (c) Dato 2015, (d) Dato 2014

UNO SGUARDO AI CONSUMI

Il *World Water Development Report* delle Nazioni Unite (ONU 2021) evidenzia che negli ultimi decenni il consumo d'acqua è aumentato globalmente di circa l'1% all'anno. Le principali cause sono collegate soprattutto all'elevata domanda nei settori dell'agricoltura, dell'industria e nel settore idrico pubblico, che sembrano destinate a crescere ulteriormente. A seconda del Paese, del livello di sviluppo e delle priorità economiche, l'acqua è distribuita in modo disomogeneo. In Eu-

ropa due terzi dell'acqua disponibile viene consumata nell'industria e nell'agricoltura, mentre negli USA la sola irrigazione delle aree agricole costituisce più dell'80%. In vaste parti del mondo il consumo delle famiglie è relativamente basso ed anche strutture pubbliche come ospedali, case di riposo, università, scuole e asili, nonché alberghi, ristoranti e ristorazione collettiva sono agli ultimi posti della classifica dei consumi, ma possono concretamente contribuire ad un uso razionale dell'acqua.

L'aria che tira

Il futuro della ristorazione collettiva secondo Central Food, la moderna centrale di selezione, acquisto, stoccaggio, controllo e fornitura dei prodotti alimentari della Pellegrini Spa

Al netto del calo del giro d'affari generato negli ultimi 12 mesi dalle forti limitazioni imposte all'attività dei ristoranti dall'emergenza sanitaria, è lecito aspettarsi un forte cambiamento della propria attività anche da parte delle centrali d'acquisto e fornitura di prodotti alimentari. Quale? Lo abbiamo chiesto a **Fabio Broglia**, Direttore Divisione Central Food, Pellegrini SpA.

"Le limitazioni imposte dalla pandemia all'attività ristorativa hanno determinato un calo dei pasti di tipo congiunturale in tutte le aree di business della ristorazione collettiva (industria, servizi, sanità, scolastico) per il chiaro effetto della chiusura totale o parziale dei siti di ristorazione identificati come luoghi di "assemblamento".

Tuttavia, esiste un effetto di tipo strutturale, che risulterà attivo anche nel post pandemia legato a due fattori: l'implementazione dello smart working e il cambiamento dei modelli di consumo dei pasti sui luoghi di lavoro.

Sul primo punto il Covid ha "forzato" le aziende ad un uso massivo dello strumento con il risultato che le aziende hanno potuto misurare costi e benefici dello stesso sul funzionamento dell'organizzazione aziendale.

Nel mondo delle aziende dei servizi (settore bancario e assicurativo in primis) in cui le mansioni e l'organizzazione del lavoro si prestano particolarmente allo smart working, è molto probabile che non si ritorni ai livelli di lavoro in pre-

senza pre-pandemia. Quindi per le aree di business della Ristorazione Collettiva legate al mondo dei servizi ed in misura minore anche per i business correlati alla componente impiegatizia delle aziende industriali (o appartenenti a filiere produttive) assisteremo ad un effetto permanente di calo dei pasti erogati.

Riguardo al secondo punto, la pandemia ha indotto il consumo di pasti alla scrivania (fred-di o solo da rinvenire al micro-onde), facendo così testare al consumatore una nuova modalità di fruizione del pasto: come per lo smartworking è possibile che una quota rilevante di questi pasti non torni a essere un pasto tradizionale in un ristorante aziendale. Ciò vale in particolar modo per le



FABIO BROGLIA,
Direttore Divisione Central Food,
Pellegrini SpA

giovani generazioni che tendono a usare la pausa pranzo per utilizzare i social network seduti alla propria postazione di lavoro".

L'effetto combinato dell'incremento dello smartworking e del cambiamento nel modello di consumo tradizionale del pasto determinerà un forte stress sulla gestione delle linee tradizionali di ristorazione cariche di costi fissi (personale in primis).

"Da qui rileviamo una domanda crescente di pasti da distribuire sui luoghi di lavoro. In sostanza, più industria alimentare di piatti comunque di qualità e meno cucina espressa con conseguente spostamento a monte della creazione di valore aggiunto. È, inoltre, ipotizzabile che le aziende della ristorazione collettiva si dovranno strutturare per offrire delle soluzioni di food-delivery per



i lavoratori che continueranno a operare in smartworking. Come? Offrendo un servizio di questo tipo direttamente ai singoli dipendenti oppure per il tramite delle aziende che potranno iniziare a offrire anche questo tipo di servizio ai propri dipendenti come forma di welfare aziendale (aggiunta del servizio "mensa in azienda" al servizio "mensa a domicilio"). In altri Paesi, proprio come per i ristoranti, i distributori di prodotti per il food service stanno utilizzando in modo più aggressivo le possibilità offerte dal digitale nei confronti dei propri clienti.

tori di derrate offerte migliori. All'estero si colgono segnali in tal senso, che possono imparare dal punto di vista commerciale sull'attività delle centrali d'acquisto. "Per quanto riguarda il nostro Paese, non stiamo cogliendo segnali di questo genere a conferma che la Ristorazione Commerciale è estremamente frammentata e fatica a fare sistema chiosa Broglia". In America Il coronavirus ha spazzato via 240 miliardi di dollari di vendite dai ristoranti nel 2020. Secondo la National Restaurant Association, ha anche portato alla chiusura di ben 100.000 locali. La maggior



"In Italia prosegue Broglia è ipotizzabile che, analogamente a quanto avvenuto nel mondo consumer/retail, anche la ristorazione commerciale indipendente e frammentata usi in modo crescente i canali digitali per gli acquisti".

Costi e margini

Il controllo dei costi e la crescita dei margini per i ristoranti sta diventando anche una questione di sopravvivenza. È probabile che questo trend induca più ristoranti indipendenti a riunirsi in gruppi d'acquisto per ottenere dai forniri

parte di questi erano quasi certamente ristoranti indipendenti. E in Italia?

"L'Italia soffre di "nanismo" in tutti i settori produttivi e la Ristorazione Commerciale (336.000 ristoranti e bar in Italia secondo FIPE a gennaio 2020) e Collettiva (dove le grandi aziende rappresentano solamente circa la metà del mercato) non fanno certo eccezione: quindi è legittimo attendersi, in una situazione di sofferenza dei consumi combinata a una scarsa patrimonializzazione media e uno scarso accesso al credito, un rapido aumento della concentrazione

del settore per effetto combinato di chiusure e acquisizioni da parte delle aziende più solide, che sfrutteranno i bassi moltiplicatori offerti dalla riduzione degli EBIDTA".

Analisti e osservatori di mercato prevedono che a livello globale il cambiamento più grande nel processo di fornitura dei prodotti alimentari sarà una sorta di passaggio ad un e-commerce sulla falsa riga di quanto sta avvenendo con la vendita al dettaglio di beni di consumo. Sarà così?

"Il passaggio all'e-commerce ci dice Broglia sarà probabile nella Ristorazione Commer-

ciale frammentata, mentre è più difficile immaginarlo nel breve nella Ristorazione Collettiva, dove la rispondenza ai capitolati merceologici sempre più articolati e complessi (sia nel settore privato che nel pubblico) e le caratteristiche del sistema di approvvigionamento e fornitura stanno diventando sempre più fattore critico di successo: la componente di servizio nella scelta del fornitore sarà sempre più premiante e difficilmente è pensabile che possa essere sostituibile nel breve da una offerta attraverso un canale digitale".



Ristorando

Da 25 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO

sì

- ☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00
- ☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209 intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSi

n° |

Data di scadenza | | | | / | | | | CVV | | |

Data | | | | / | | | | / | | | | Timbro e Firma | | | | | | | |

Per una risposta immediata anticipare via fax al n. 02-3451231
o via mail: abbonamenti@edifis.it

Società.....

Nome.....

Cognome.....

Funzione.....

Indirizzo.....

N. Civico.....Cap.....Prov.....

Località.....

Prefisso.....Telefono.....

Fax.....

PartitaIVA.....

E-mail:.....

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.
• Per richiedere comunque fattura ☐
(Barra la voce interessata con X)



Voglia di **confrontarsi**

Proseguendo nella sua attività convegno, lo scorso 18 maggio Ristorando ha organizzato con successo un evento online per confrontarsi con un panel di esperti di ristorazione collettiva. Protagonisti del dibattito gli elementi qualitativi del servizio e, non ultimo, i CAM

Noi di Ristorando i convegni, di solito, li facciamo alla vecchia maniera e continueremo a farlo. Ma stare al passo con i tempi è una necessità per tutti. Anche per noi. Abbiamo così inaugurato una nuova stagione di incontri online affrontando un tema molto sentito fra stazioni appaltanti e appaltatori di servizi di ristorazione collettiva ovvero quello, in estrema sintesi, della qualità.

Quella qualità che spesso nelle gare viene soffocata da criteri di valutazione discutibili, da capitolati mal redatti, da basi d'asta inadeguate e, non ultimo, dai CAM. I Criteri Minimi Ambientali in vigore oggi sono un ulteriore elemento di confusione e di incertezza per tutti: dalle stazioni appaltanti alle SRC, fino alle

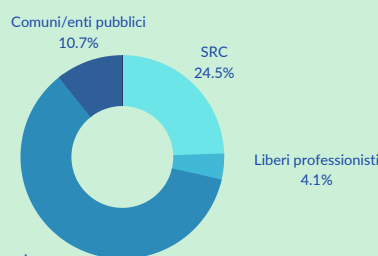
commissioni preposte alla valutazione delle offerte. Gli appalti di ristorazione continuano a presentare una serie di criticità che vanno dal contenzioso, fino alla cattiva gestione del servizio che finisce per penalizzare l'utente finale. Di questo e altro ancora si sono occupati per più di 3 ore 9 esperti del settore abilmente guidati nel dibattito dal nostro collaboratore **Corrado Giannone**.

Il panel dei relatori era così composto: **Mario Romano** - Category Manager Ristorazione Consip S.p.A.; **Chiara Serafini** - Area educazione, Istruzione e nuove generazioni Comune di Bologna; **Roberto Giannone** - Coordinatore progetti speciali IISG- UL; **Andrea Laguardia** - Responsabile Settore Ristora-



LE PERFORMANCE DEL WEBINAR DI RISTORANDO

TIPOLOGIA DI SPETTATORI



Fornitori di prodotti e servizi per la ristorazione
60.7%

ISCRITTI
307

DURATA 194min

UTENTI TOTALI 357

VISUALIZZATORI UNICI 218

PRESENZE IN CONTEMPORANEA 198

zione di Legacoop Produzione e Servizi; **Alessandro Pedano** - direttore commerciale ristorazione Pellegrini S.p.A.; **Gianmario Longoni** - Presidente Progetta; **Simona Pozzi** - Direttore commerciale Fabbro Food S.p.A.; **Luisa Cappellina** - Specialista servizi di ristorazione Cautha Solutions Sas; **Roberta Forlini** - Responsabile del servizio Pubblica Istruzione e Giovani del Settore 3 Comune di Pavia. All'evento, intitolato: *Ristorazione collettiva: riflessioni sugli elementi qualitativi e le modalità di valutazione nelle gare,*

anche alla luce dei nuovi CAM, si sono iscritti 307 spettatori e quasi 200 di loro hanno seguito per intero la discussione. Un successo di pubblico che ci conforta in questo momento non facile e che ci galvanizza nell'attesa della consueta mostra convegno di due giorni che Ristorando organizzerà a ridosso dell'estate del 2022. Intanto, per quest'anno, abbiamo in serbo una serie di webinar che si svolgeranno nei prossimi mesi e dei quali pubblicheremo prossimamente il calendario.

LA BORSA

DEI BIOLOGICI



Un aiuto concreto per le pubbliche amministrazioni e le aziende che, con l'introduzione obbligatoria dei prodotti biologici nei menu delle mense scolastiche e degli ospedali, ne devono stimare e prevedere i costi

di Roberto Giannone

La Borsa di inizio estate si presenta alquanto equilibrata e in linea con la tendenza di mercato registrata nei mesi precedenti. Come di consueto le variazioni di prezzo, alquanto contenute, interessano maggiormente il comparto ortofrutticolo fresco, il cui andamento, per i prezzi in diminuzione, risente della crescita dell'offerta dovuta ai numerosi prodotti di stagione. Per quanto riguarda il settore orticolo tra i prodotti che subiscono aumenti vi sono l'aglio bianco, le carote novelle alla rinfusa, il gruppo delle cipolle, la lattuga Canasta, le patate novelle, i pomodori nelle diverse varietà, il radicchio tondo e la zucca gialla. Tra i numerosi prodotti orticoli interessati da una diminuzione di prezzo vi sono gli asparagi verdi, il basilico, la bietola da costa e i carciofi. In calo anche il prezzo del cavolfiore e del cavolo cappuccio bianco, della cicoria catalogna e dei fagiolini, dei finocchi, delle lattughe nelle varietà Cappuccia, Gentile, Trocadero e Romana. Tra gli altri prodotti che registrano diminuzioni di prezzo troviamo i

peperoni, i porri, il radicchio, il sedano verde, gli spinaci e le zucchine. Per quanto riguarda il comparto frutticoli si riscontra che la maggior parte dei prodotti registra variazioni in aumento. Tra questi vi sono l'ananas, le arance nelle varietà Navel e Tarocco, i limoni primo fiore, le mele Golden e le Royal Gala, le pere nelle varietà Abate e Kaiser ed infine i kiwi.

Tra i frutticoli che subiscono una diminuzione di prezzo troviamo solo i pompelmi.

Altre variazioni di prezzo interessano il comparto dei latticini nel quale si rileva un calo di prezzo per il burro, lo stracchino e il formaggio primo sale, per il Fontal e la mozzarella per pizza. In aumento invece il prezzo del Parmigiano Reggiano.

Per quanto riguarda le percentuali di scostamento tra i prodotti bio e i prodotti convenzionali, escludendo quelle stabili, si registra una leggerissima predominanza delle percentuali in diminuzione.



METODO DI RILEVAZIONE

I prezzi medi dei prodotti biologici (iva esclusa) che vengono riportati, rilevati da Ristorando, sono il risultato dell'elaborazione di una serie di dati raccolti presso diverse fonti, quali i ribassi praticati dalle ditte nelle gare di appalto, i prezzi di acquisto forniti da aziende di ristorazione, i valori indicati nelle colonne prevalenti dei mercuriali di quei pochi mercati ortofrutticoli che li forniscono, i prezzi indicati dalle aziende produttrici o di trasformazione e altre fonti che consultiamo di volta in volta. Dall'elaborazione di tutti questi dati viene ricavato un prezzo medio per ciascun prodotto che a sua volta viene confrontato con il prezzo medio del corrispondente prodotto convenzionale riportato dalle fonti ufficiali, ovvero dai mercuriali dei maggiori mercati ortofrutticoli italiani, dai listini di alcune camere di commercio e dalle percentuali di sconto praticate dalle ditte nelle gare di appalto per la gestione dei servizi di ristorazione, ed infine dalla media dei prezzi Consip e dalla media dei prezzi riportati dall'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico.

Dal confronto dei prezzi così ottenuti, viene ricavata la percentuale di scostamento tra le due tipologie di prodotti. I prezzi riportati non hanno un valore assoluto ma sono indicativi della tendenza del mercato nel settore della ristorazione collettiva.

Al fine di rendere più immediatamente leggibile la tabella viene fornita la seguente legenda:

Prov. = provenienza

N = nazionale

I = Italia

E = Estero

Conf. = Tipo di confezione

u/m = unità di misura

p.m. = prezzo medio dei prodotti bio al kg o al litro

% = variazioni in più o in meno dei prodotti biologici rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali

n.r. Non rilevato per non reperibilità del prodotto convenzionale corrispondente



ORTICOLI FRESCHI					
Prodotti	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Aglio bianco secco	E	In sacchi	kg	4,97	58,72
Asparagi verdi	N	In mazzi	kg	2,40	16,95
Basilico	N	In mazzi	kg	5,13	54,00
Bietola a costa	N	In casse	kg	1,20	53,40
Carciofi	N	In casse	pz	0,48	31,03
Carote alla rinfusa	N	In casse	kg	1,40	41,61
Cavolfiore	N	In casse	kg	1,37	18,50
Cavolo broccolo	N	In casse	kg	1,38	25,76
Cavolo cappuccio bianco	N	In casse	kg	1,38	28,62
Cicoria catalogna	N	In casse	kg	0,95	21,96
Cipolle bianche	N	In casse	kg	0,88	33,67
Cipolle dorate	N	In casse	kg	1,02	29,18
Cipolle rosse tonde	E	In casse	kg	1,00	32,31
Cipollotti	N	In casse	kg	1,00	45,50
Erbette e odori	N	In casse	kg	1,70	15,10
Fagiolini alla rinfusa	N	In casse	kg	2,14	16,99
Finocchi	N	In casse	kg	1,28	16,49
Indivia scarola	N	In casse	kg	1,54	11,09
Lattuga Canasta	N	In casse	kg	1,73	36,48
Lattuga Cappuccia	N	In casse	kg	1,83	32,21
Lattuga Gentile	N	In casse	kg	1,74	38,80
Lattuga Romana	N	In casse	kg	1,90	34,43
Lattuga Trocadero	N	In casse	kg	1,81	23,63
Melanzane	N	In casse	kg	1,54	21,32
Patate novelle	N	In casse	kg	1,12	35,35
Patate pasta bianca	N	In casse	kg	0,86	30,38
Patate pasta gialla	N	In casse	kg	0,86	37,33
Peperoni	N	In casse	kg	2,40	36,21
Pomodori datterino	N	In casse	kg	2,16	31,57
Pomodorini cherry	N	In casse	kg	2,70	32,65
Pomodoro grappolo	N	In casse	kg	1,93	27,61
Pomodoro insalatato	N	In casse	kg	2,07	34,93
Porri	N	In casse	kg	1,48	27,34
Prezzemolo	N	In casse	kg	6,80	38,25
Radicchio Pan di Zucchero	N	In casse	kg	1,41	25,07
Radicchio tondo	N	In casse	kg	2,33	46,95
Rucola	N	In mazzi	kg	2,68	21,42
Sedano verde	N	In casse	kg	1,35	42,86
Spinaci	N	In casse	kg	1,53	17,95
Zucca gialla	E	In casse	kg	1,27	44,76
Zucchine medie	N	In casse	kg	1,87	25,64

FRUTTICOLI FRESCHI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Ananas	E	In cartoni	kg	1,86	43,23
Arance Navel	N	In casse	kg	1,19	17,62
Arance Tarocco	E	In casse	kg	1,31	27,10
Banane	E	In cartoni	kg	1,58	37,49
Banane "equosolidali"	E	In cartoni	kg	1,95	n.r
Fragole	N	In cestini	kg	5,03	44,26
Kiwi	E	In casse	kg	1,99	31,61
Limoni primo fiore	N	In casse	kg	1,42	35,48
Mandarini	N	In casse	kg	1,09	23,58
Mele Golden 70/80	N	In casse	kg	1,45	33,54
Mele Royal Gala	N	In casse	kg	1,44	31,54
Mele Stark Delicious	N	In casse	kg	1,64	45,93
Noci in guscio	N	In sacchi	kg	5,38	35,05



FRUTTICOLI FRESCHI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Pere Abate	E	In casse	kg	1,64	34,01
Pere Conference	N	In casse	kg	1,83	33,09
Pere Kaiser	E	In casse	kg	1,56	18,35
Pompelmi	E	In casse monostrato	kg	1,34	21,82
Uva bianca da tavola	E	In plateau	kg	1,95	27,87
Uva nera da tavola	E	In plateau	kg	2,03	39,66

ORTAGGI SURGELATI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Carote cubetti	N	Sacchetto	kg	1,49	41,90
Carote disco	N	Sacchetto	kg	1,46	50,31
Fagiolini	N	Sacchetto	kg	1,57	38,40
Minestrone 12 verdure	N	Sacchetto	kg	1,56	38,54
Patate cubetti	N	Sacchetto	kg	1,42	38,21
Piselli fini	N	Sacchetto	kg	1,65	23,07
Spinaci	N	Sacchetto	kg	1,49	44,47
Zucchine disco	N	Sacchetto	kg	1,54	36,88



LATTICINI E DERIVATI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Burro	N	Carta	kg	3,75	36,86
Crescenza Dop	N	Sottovuoto	kg	7,21	51,53
Fontal	N	Sottovuoto	kg	8,35	44,38
Grana Padano	N	Sottovuoto	kg	9,06	30,00
Latte intero	N	Tetrabrick	l	1,19	31,53
Latte UHT intero	N	Tetrabrick	l	0,96	33,56
Latte UHT parz. scremato	N	Tetrabrick	l	0,97	61,13
Latte UHT scremato	N	Tetrabrick	l	0,89	59,29
Mozzarella	N	Sacchetto	kg	6,62	37,90
Mozzarella per pizza		Sacchetto	kg	6,96	45,11
Parmigiano Reggiano	N	Sottovuoto	kg	11,02	18,97
Primo sale	N	Sottovuoto	kg	7,18	24,42
Ricotta vaccina	N	Vaschetta 1,5 kg	kg	4,67	15,30
Robiola	N	Sottovuoto	kg	5,41	27,56
Stracchino	N	Sottovuoto	kg	7,13	23,81
Taleggio	N	Sottovuoto	kg	5,41	27,56
Yogurt frutta	N	Vasetto (125 g x8)	Kg	4,97	10,64
Yogurt magro/intero	N	Vasetto (125 g x8)	kg	4,77	13,49

UOVA E DERIVATI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Misto uovo pastorizzato	N	Tetrabrick	kg	3,13	46,32
Uova cat.A	N	Cartone	pz	0,15	34,50

SALUMI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Prosciutto cotto	N	Sottovuoto	kg	11,74	32,43
Prosciutto crudo senza osso	N	Sottovuoto	kg	14,38	28,03
Salame tipo felino	N	Sottovuoto	kg	9,71	21,72



CARNI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Braciola suino	N	Sottovuoto	Kg	7,07	39,66
Cosce di pollo	E	Sottovuoto	Kg	5,17	47,81
Coscia di tacchina	E	Sottovuoto	Kg	5,05	31,72
Fesa bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,30	41,79
Fesa di tacchina intera	E	Sottovuoto	Kg	8,96	46,47
Fusi di pollo	E	Sottovuoto	Kg	6,09	36,83
Girello bovino adulto	E	Sottovuoto	Kg	9,30	31,08
Lonza suino	N	Sottovuoto	Kg	7,66	41,42
Macinato bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,75	41,92
Noce bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,45	32,87
Petto pollo intero	E	Sottovuoto	Kg	8,14	48,35
Polpa 4 tagli	N	Sottovuoto	Kg	7,85	31,71
Polpa bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,16	29,77
Scamone bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,41	27,70
Sottofesa bovino adulto	E	Sottovuoto	Kg	8,48	47,94
Sovra cosce di pollo	N	Sottovuoto	Kg	6,76	36,10
Spalla suino disossata	N	Sottovuoto	Kg	7,06	50,00

PASTA E PANE					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Cous Cous	E	Busta sigillata	kg	1,72	17,50
Farfalle grano duro	N	Cartone	kg	1,11	18,61
Farina bianca "0"	N	Carta	kg	0,93	19,40
Farina mais bramato	N	Carta	kg	0,98	16,52
Farina polenta	N	Carta	kg	1,35	36,22
Fusilli grano duro	N	Cartone	kg	1,23	27,79
Gnocchi di patate	N	Monoconf. Sigil.	kg	2,87	34,82
Pane comune	N	Sfuso	kg	1,75	15,87
Pane di farro	N	Sfuso	kg	3,28	19,82
Pane segale	N	Monoconf. Sigil.	kg	4,07	16,20
Pane segale e lino	N	Monoconf. Sigil.	kg	5,40	74,11
Pasta all'uovo	N	Cartone	kg	1,68	35,26
Pasta di Kamut	N	Cartone	kg	2,05	n.r.
Pastina per brodo	N	Cartone	kg	1,74	58,19
Pasta per pizza	N	Busta sigillata	kg	1,72	36,05
Pennette grano duro	N	Cartone	kg	1,29	30,30
Ravioli ricotta e spinaci	N	Sottovuoto	kg	6,69	15,40
Spaghetti grano duro	N	Cartone	kg	1,30	58,54
Tagliatelle all'uovo	N	Cartoni	kg	1,16	27,62
Tagliatelle di mais	N	Cartone	kg	2,33	60,41
Tortellini al prosciutto	N	Sottovuoto	kg	6,66	32,32



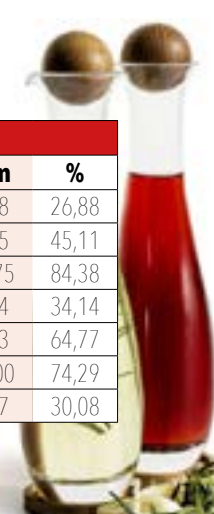
PRODOTTI DA FORNO					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Croissant	N	Monoc. imballate	kg	10,63	77,08
Crostini	N	Monoc. imballate	kg	3,57	60,48
Fagottino ai frutti di bosco	N	Monoc. imballate	kg	7,66	45,96
Fagottino di albicocca	N	Monoc. imballate	kg	8,90	47,72
Fagottino uvetta e mela	N	Monoc. imballate	kg	7,79	43,50
Fette biscottate di farro	N	Carta	kg	3,16	34,15
Fette biscottate integrali	N	Carta	kg	3,67	65,22
Frollini cioccolato	N	Monoc. imballate	kg	8,81	40,40
Frollini vaniglia	E	Monoc. imballate	kg	8,00	48,64
Gallette di riso	N	Carta	kg	10,50	68,05

OMOGEGINIZZATI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Omogeinizzato di carne	N	Vasetto vetro	kg	19,17	41,98
Omogeinizzato di formaggi	N	Vasetto vetro	kg	16,27	59,53
Omogeinizzato di frutta	N	Vasetto vetro	kg	13,35	28,37

CONSERVE, CONFETTURE, SUCCHI DI FRUTTA, BEVANDE					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Composta di albicocche	N	Vetro	kg	6,74	50,79
Composta di fragole	N	Vetro	kg	7,80	61,53
Composta di pesche	N	Vetro	kg	6,30	43,06
Latte di avena	I	Tetrabrick	l	1,45	55,36
Latte di riso	I	Tetrabrick	l	1,47	46,67
Latte di soia	E	Tetrabrick	l	1,46	54,36
Marmellata di arance	N	Vetro	kg	6,57	44,87
Miele di acacia	N	Vetro	kg	7,26	68,44
Passata di pomodoro	N	Vetro	kg	0,99	49,61
Pomodori pelati kg.5	N	Banda stagnata	Kg	0,95	62,66
Succo di albicocca	N	Tetrabrick	l	2,06	30,71
Succo di pera	N	Tetrabrick	l	1,90	18,94
Succo di pesca	N	Tetrabrick	l	1,90	19,05
Succo di pompelmo	E	Tetrabrick	l	2,20	31,81



LEGUMI E CEREALI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Ceci	E	In sacchi	kg	1,58	25,24
Fagioli Borlotti secchi	N	In sacchi	kg	1,94	35,56
Farro decorticato	N	In sacchi	kg	2,67	22,36
Lenticchie	N	In sacchi	kg	1,74	63,38
Orzo perlato	N	In sacchi	kg	1,71	61,32
Piselli secchi spezzati	N	In sacchi	kg	1,37	23,25
Riso arborio	N	In sacchi	kg	1,60	36,76
Riso parboiled	N	In sacchi	kg	1,76	59,55



CONDIMENTI					
PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Aceto di mele	N	Vetro	l	1,98	26,88
Aceto di vino	N	Vetro	l	1,75	45,11
Estratto per brodo	N	Vetro	kg	14,75	84,38
Olio extra vergine di oliva	N	Vetro	l	5,84	34,14
Olio semi di girasole	N	Banda stagnata	l	3,33	64,77
Pesto alla genovese	N	Vetro	kg	14,00	74,29
Zucchero di canna	N	Cartone	kg	3,27	30,08

L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2020**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende
che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
 - Ristorazione on board
 - Buoni pasto
- Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
 - Foodservice equipment
 - Appuntamenti fieristici

acquista la tua copia!

per info:
Edifis Srl - Tel. 02 3451230
pubblicita@edifis.it



**www.
ristorando**

.ai



Seguici online!

La Borsa delle Imprese della Ristorazione Moderna



Foto di Hoja Studio su Unsplash



Foto di Jonathan Borba su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 66



Foto di Alex Haney su Unsplash

Commerciale **a tutto brio**



Foto di Dan Gold su Unsplash

Trentotto contratti in più per questa tappa della nostra rilevazione mensile, con un totale che sfiora quota 100. Come atteso, la commerciale riprende slancio con le prime riaperture: sono infatti 18 in più le segnalazioni alla voce centri urbani e centri commerciali, che rappresenta il segmento più dinamico, seguito dalle scuole con una crescita di 10 contratti. Più 3 nel vending e nell'aziendale, più 2 nella sociosanitaria e una segnalazione aggiuntiva anche nel comparto dei buoni pasto.

(Nella terza rilevazione abbiamo censito 98 contratti e 50 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



Foto di Benu Marinescu su Unsplash

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

CAMST	2 contratti precedenti
CORISAR SAS	2 contratti precedenti
SERIST	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	1 contratto precedente



Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

CIRFOOD	3 contratti
♦ COMUNE DI CASTELLANZA (VA)	2 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
MEDIHOSPS COOP. SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
SOLARIA SOC. COOP. A.R.L.	1 contratto
♦ COMUNE DI PALAU (SS)	
VIVENDA	1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

BIORISTORO ITALIA	1 contratto precedente
GLOBAL SERVICE	1 contratto
♦ REPARTO TLA MARCHE - GUARDIA DI FINANZA	
RICA SRL	1 contratto
♦ CASERMA IV NOVEMBRE, GUARDIA DI FINANZA, ROMA/LIDO DI OSTIA	
KLASS SERVICE SRL	1 contratto
♦ CASERMA IV NOVEMBRE, GUARDIA DI FINANZA, ROMA/LIDO DI OSTIA	

Mense Aziendali

CIRFOOD	4 contratti precedenti
DUSSMANN SERVICE	1 contratto precedente



Scuole Private ed Università

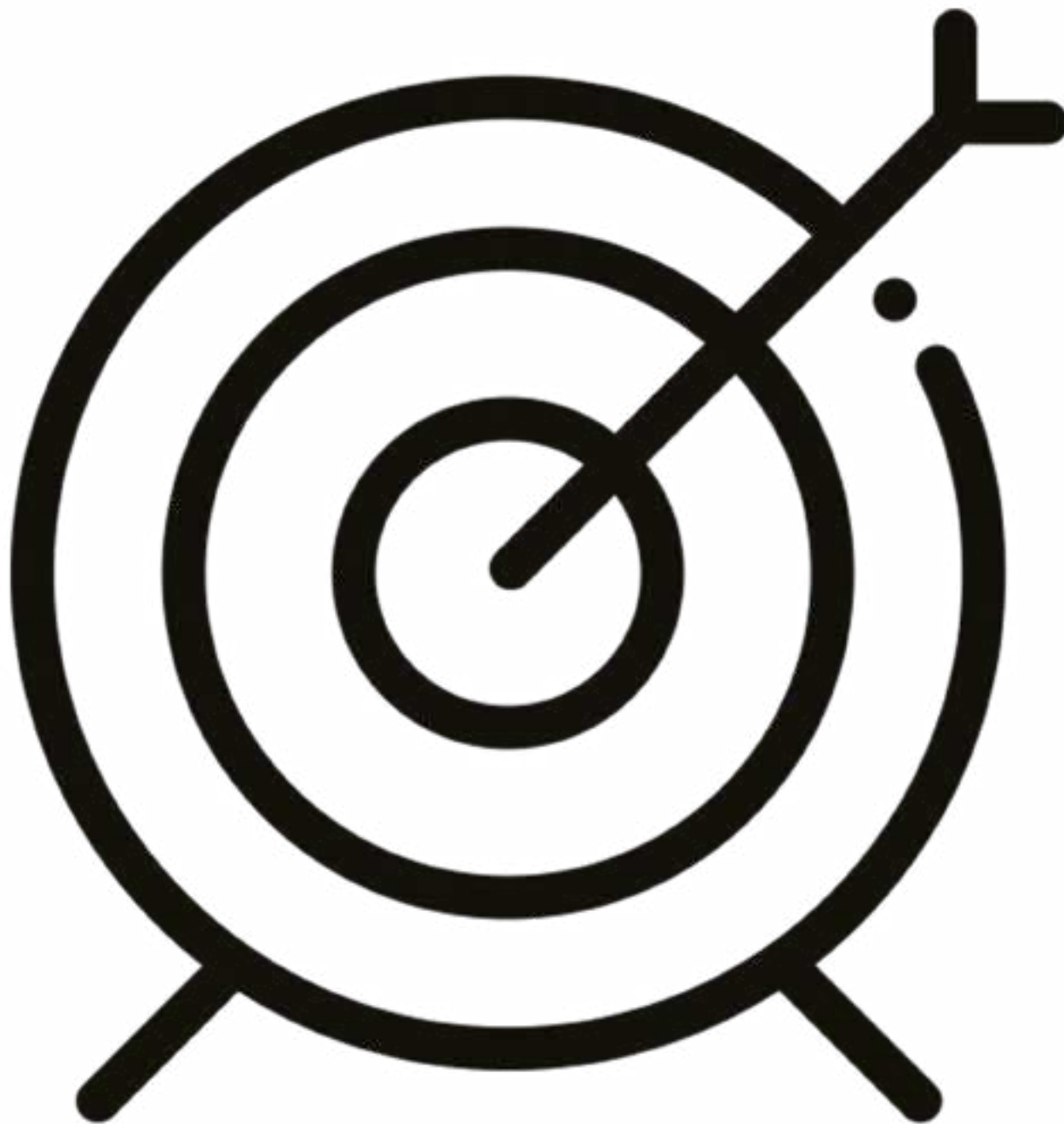
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto
♦ CONVITTO INPS DI CALTAGIRONE	
GEMOS SOC. COOP.	1 contratto
♦ CONVITTO INPS DI SPOLETO (PG)	
ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	2 contratti
♦ CONVITTO INPS ANAGNI (RM)	
♦ CONVITTO INPS DI AREZZO	
PANACEA SRL	1 contratto precedente
VIVENDA	1 contratto
♦ CONVITTO INPS DI SANSEPOLCRO (AR)	



Scuole Pubbliche

CIRFOOD	4 contratti
♦ COMUNE DI CASTELLANZA (VA)	3 contratti precedenti
COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETÀ E LAVORO SCARL	1 contratto precedente
DUSSMANN SERVICE	4 contratti
♦ COMUNE DI ANCONA	3 contratti precedenti
ELIOR RISTORAZIONE	1 contratto
♦ COMUNE DI PULA	
EURORISTORAZIONE	2 contratti
♦ COMUNE DI ARZIGNANO (VI)	1 contratto precedente
GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	1 contratto precedente
MEDIHOSPEL COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	1 contratto precedente
SODEXO	2 contratti precedenti
SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	1 contratto
♦ COMUNE DI PALAU (SS)	
VIVENDA	1 contratto precedente

**Informazione e networking:
la nostra forza è il target mirato**



Ristorando retail TRAVEL RETAIL
SHIPPING CENTER **&food**

BARtù
Bar | Alberghi | Ristoranti

l'Orafo italiano

**L'INDUSTRIA
DELLA GOMMA**



EDIFIS Srl - Viala Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it - info@edifis.it

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

ALICE PIZZA ♦ MILANO DERGANÒ, MILANO	1 contratto
BURGEZ	1 contratto precedente
CHANGE FOOD ♦ HAM HOLY BURGER, VITERBO	1 contratto
GIAPPOKE	1 contratto precedente
GÜD MILANO ♦ BAGNI MISTERIOSI, MILANO	1 contratto
HEKFANCHAI ♦ MILANO VIA PADOVA ♦ MILANO SARPI ♦ MILANO CROCETTA	3 contratti
LA CANNOLERIA SICILIANA	1 contratto precedente
LA PIADINERIA	5 contratti precedenti
LOWENGRUBE ♦ MODENA	1 contratto
LUCA GUELFY GROUP	1 contratto precedente
MCDONALD'S	3 contratti precedenti
MI'NDUJO ♦ EUROMA 2, ROMA	1 contratto
PACIFIK POKE	1 contratto precedente
PIZZAUT ♦ CASSINA DE' PECCHI, MILANO	1 contratto
PIZZIUM ♦ NOVARA ♦ ROMA	2 contratti
POKE HOUSE	1 contratto precedente
PUNTO GRILL SERVICES ♦ HOSTERIA DA VALERIO C/O AEROPORTO CATULLO VERONA	1 contratto
ROADHOUSE ♦ ROADHOUSE, CASELECCHIO DI RENO (BO) ♦ CALAVERA, CASELECCHIO DI RENO (BO) ♦ ROADHOUSE C/O CC ALGO A MERANO (BZ) ♦ BILLY TACOS C/O CC ALGO A MERANO (BZ)	4 contratti
THE MEAT MARKET ♦ ROMA PRATI	1 contratto
VIVO ♦ MILANO BRERA	1 contratto

Siti in Concessione

ALMA SRL	1 contratto precedente
AUTOGRILL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS ♦ PANELLA, AEROPORTO FIUMICINO (RM)	3 contratti 2 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
PANELLA	1 contratto precedente



Buoni pasto elettronici e card

DAY RISTOSERVICE	1 contratto precedente
EDENRED ♦ CONSORZIO DI BONIFICA EST TICINO VILLORESI	3 contratti 2 contratti precedenti
YES TICKET SRL	1 contratto precedente



Vending

EBONCI SRL ♦ COMUNE DI ASCOLI PICENO	1 contratto
STIMA SRL ♦ AZIENDA SANITARIA PROVINCIALE DI CATANIA	1 contratto
STIGMA SRL ♦ ARPA PUGLIA	1 contratto
DOLOMATIC SRL	1 contratto precedente
GRUPPO ARGENTA	1 contratto precedente

Contratti monitorati
al 30 Aprile 2021

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	6
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	8
Totale Ristorazione Collettiva	14
Forze armate e corpi militarizzati	4
Ristoranti aziendali ed interaziendali	5
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	9
Scuole private ed Università	6
Scuole pubbliche	20
Totale Ristorazione Scolastica	26
Esercizi urbani e centri commerciali	32
Esercizi in concessione	7
Totale Ristorazione Commerciale	39
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	5
Totale Buoni pasto	5
Vending	5
Totale contratti monitorati	98



Foto di Sam Moqadam su Unsplash

a proposito di

App

EDIFIS

Ristorando è anche su Appstore
www.edifis.it

Società monitorate al 30 Aprile 2021

1	ALICE PIZZA	
2	ALMA SRL	
3	AUTOGRILL	
4	BIORISTORO	
5	BONCI SRL	
6	BURGEZ	
7	CAMST	
8	CHANGE FOOD	Ham Holy Burger
9	CHEF EXPRESS	Panella
10	CIRFOOD	
11	COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETA' E LAVORO SCARL	
12	CORISAR SAS	
13	DAY RISTOSERVICE	
14	DOLOMATIC SRL	
15	DUSSMANN RISTOSERVICE	
16	EDENRED	
17	EURORISTORAZIONE	
18	GEMOS SOC. COOP.	
19	GIAPPO	Giappoke
20	GLOBAL SERVICE	
21	GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
22	GRUPPO ARGENTA	
23	GÜD MILANO	
24	KLASS SERVICE	
25	HEKFANCHAI	
26	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	
27	LA CANNOLERIA SICILIANA	

28	LA PIADINERIA	
29	LOWENGRUBE	
30	LUCA GUELFY GROUP	Dal Milanese
31	MI'NDUJO	
32	MCDONALD'S	
33	MEDIHOSPES COOP. SOCIALE ONLUS	
34	PACIFIK POKE	
35	PANACEA SRL	
36	PANELLA	
37	POKE HOUSE	
38	PUNTO GRILL SERVICES	
39	ROADHOUSE	
40	RICA SRL	
41	SERIST	
42	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	
43	SODEXO ITALIA	
44	SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	
45	STIGMA SRL	
46	STIMA SRL	
47	THE MEAT MARKET	
48	VIVENDA	
49	VIVO	
50	YES TICKET SRL	

ALIMENTI SENZA GLUTINE



Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9
39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l.

Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021
Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net



People-centric innovation

IFI S.p.A.

Divisione Contract
Strada Provinciale Feltresca 70
61010 Rio Salso (PU)
Tel. +39 0721 905281
info@ifi.it - www.ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it



Legacoop

Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. +39 329 0351621
Tel. +39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA



Camst Group

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elior S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com



Markas S.r.l.

Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione S.p.A.

Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Restaurants Italia S.r.l.

Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD RETAIL

Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Blu Building - Ala 3 - 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it



Sirio S.p.A.

Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO



BluBe

Piazza Adriano Olivetti, 3
20139 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it



Yes Ticket S.r.l.

Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it



Ticket Restaurant Edénred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production S.r.l.

Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO



Contital S.r.l.

Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) - Italia
Tel. +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.r.l.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com



Irinnox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinnox@irinnox.com
www.irinnox.com



ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A.

Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Allegrini S.p.A.

Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassobbio (BG)
Tel. +39 035 4242111 - Fax +39 035 526588
info@allegrini.com - www.allegrini.com

EQUIPMENT



Robot Coupe Italia S.r.l.

Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.it

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it



L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor S.r.l.

Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com



General Fruit S.r.l.

Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. +39 035927030
www.generalfruit.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.orongel.it - info@orongel.it



L'italiana preferita dalla chef!

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com



Metaltecnica Produzioni S.r.l.

Via Rossini, 26
47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852
Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com
info@metaltecnica.com



S.D.S. Società

di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli S.r.l.

C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali Group S.r.l.

Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE



Clearkit

Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE



Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546
Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it
www.axiosinformatica.it



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011
Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it
www.gambabruno.it



Mytec S.r.l.

Sede operativa
Via Caravaggio 28/A
20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com



Ristocloud Group Srl

Via Risorgimento 20
37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. +39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5
35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it
www.serinf.it



Zucchetti

Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

COMUNICARE È IMPORTANTE

basta scegliere il mezzo giusto



la pubblicità su **Ristorando** vale di più perché è una rivista letta con interesse dalla prima all'ultima pagina e tra i suoi molti lettori ci sono tutti i tuoi clienti.

"Foodschärvice", la piattaforma di E-learning sulla ristorazione senza glutine



Schär Foodservice, la divisione del Gruppo Dr. Schär dedicata al fuoricasa, presenta "**FoodSchärvice**", la piattaforma di E-learning rivolta ai professionisti dell'Ho.Re.Ca. che desiderano conoscere la tematica celiachia e ristorazione gluten-free. Completamente gratuita, è studiata per fornire un servizio utile ad ogni professionista del fuoricasa, dal cameriere allo chef, fino alla direzione, che potranno così scoprire tutte le opportunità del senza glutine, e come offrirlo in sicurezza.

"Foodschärvice" è organizzato in moduli personalizzati a seconda del proprio ruolo: basterà registrarsi sulla piattaforma <https://foodschaervice.it> e sarà possibile accedere ai capitoli didattici contenenti video specifici, scaricare materiali informativi e sottoporsi a quiz per verificare le proprie competenze.

Alla fine si riceverà un attestato di partecipazione e si potrà rimanere sempre aggiornati sulle novità di Schär Foodservice e sul mondo della ristorazione senza glutine. Oggi i celiaci rappresentano l'1% della popolazione italiana, con diagnosi in crescita del 5% ogni anno, secondo l'ultimo rapporto del Ministero della Salute.

www.schaer-foodservice.it



MyBioma® di Cupiello: il primo cornetto che nutre il benessere a colazione

Grazie all'innovazione **Fresystem**, la prima colazione diventa ricca di benessere con **MyBioma®**.

È il primo cornetto a marchio **Cupiello** che combina la bontà del prodotto da forno all'apporto di fibra alimentare proveniente da 10 fonti differenti per favorire la diversità del microbioma intestinale, elemento chiave per il benessere. Prendersi cura del benessere personale da oggi diventa un semplice gesto quotidiano come "fare colazione al bar" con un cornetto fragrante e gustoso. Non un cornetto qualsiasi, ma l'innovativo MyBioma, che entra a far parte della ricca gamma per la prima colazione firmata Cupiello.

Cosa rende il nuovo MyBioma un prezioso alleato del benessere? Semplice: è il primo cornetto a combinare l'inimitabile bontà, la fragranza e la leggerezza del prodotto da forno a lievitazione naturale, ricco in lievito Madre Cupiello fresco, con l'apporto di fibra alimentare da 10 fonti diverse tra cui, patate, piselli, agrumi, bambù e semi di lino, studiato per garantire la diversità del microbioma intestinale. MyBioma si presenta come un classico cornetto vuoto ai cereali reso estremamente digeribile perché ricco in lievito Madre Cupiello fresco, lasciato a lievitare naturalmente per 36 ore, e una bontà senza pari in linea con la migliore tradizione napoletana. Inoltre, l'impatto privo di latte e uova lo rende ideale anche per chi segue una dieta vegana. Venduto nelle migliori catene della GD.

www.cupiello.com



Le linee Surgital più adatte per menu estivi

In vista dei mesi estivi e di una graduale riapertura dei locali, Surgital offre a tutto il mondo Ho.Re.Ca. una grande varietà di pasta e riso frozen, perfetta per la crescente richiesta di insalate e pietanze fresche. Proprio la pasta, secondo il report di Deliveroo "*Lockdown Delivery: le abitudini a domicilio degli italiani*" di aprile 2020, si è confermata la vera protagonista del panorama food in Italia, prima tra le tipologie di menù ordinati. Surgital è la risposta migliore per ricalibrare velocemente l'offerta di ogni ristoratore, adattandola a una clientela in continua evoluzione. Alcuni brand di pasta e riso **Surgital** sono ideali nei diversi contesti di distribuzione, dalla ristorazione classica fino alle attività alberghiere e balneari, ai parchi giochi con attività di distribuzione, tavole calde e buffet, stazioni di servizio oppure gastronomie, bar e pasticcerie attrezzate.

Le linee più adatte per questi contesti di consumo sono: **LABORATORIO TORTELLINI®**, brand storico di pasta fresca italiana con 140 diversi formati di pasta corta, lunga e ripiena; **PASTASI® SOLUZIONI EXPRESS**, praticissima linea di pasta e riso precotti, in particolare la varietà Parboiled, sempre al dente; **DIVINE CREAZIONI®**, la linea per composizioni di pasta "gourmet", in particolare gli "Strichetti all'uovo" e "I Mammoli di patata viola Vitelotte"; infine i **SUGOSI®**, condimenti adatti a tutte le tipologie sopra, surgelati in comode porzioni porzionabili e sempre pronto all'uso. Referenze che Surgital studia per coniugare ottima qualità e impeccabili performance in cucina.

www.surgital.it



L'italiana preferita dallo chef.







**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

Edifis Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it

IL CERCATORE

di Beppe Scotti e Elisa Racchetti
Ultra Sport
Euro 16,50

A quarant'anni, Beppe Scotti, brillante imprenditore del f&b che ha alle spalle la creazione nel 1988 del Gruppo Ethos (10 ristoranti e consulenza in ambito food e retail), si ritrova alla fine della sua carriera di rugbista. In quel momento, la delusione diventa lo spunto per dimostrare a se stesso che non è mai troppo tardi per un nuovo inizio. Incontra la corsa per caso, e da quel giorno la sua vita cambia. La pratica del running si traduce per lui in un percorso introspettivo di crescita: si allena da autodidatta, rivoluziona l'alimentazione, scopre nuove energie fisiche e mentali. A soli tre mesi dalla prima corsetta porta a termine una 50 chilometri. La fatica lo affascina, e Beppe cerca di spingere il limite sempre più in là: ecco le 100 chilometri, le ultramaratone, gli ultratrail tra deserti e montagne, le ultracycling, le scalate himalayane. E infine le adventure race, gare-spedizioni negli angoli più sperduti del globo di cui Beppe è tra i pochissimi specialisti italiani. Ci sono anche le sconfitte e gli errori, ma sono proprio queste le tappe più importanti sulla strada del miglioramento continuo. Questo libro racconta la storia di una ricerca: dei propri limiti, di una forza interiore, di un equilibrio. E dimostra che il talento non è indispensabile per compiere un'impresa.



LA DIETA TOTALE

di Anna Villarini
Cairo editore
Euro 19,00



In ogni momento dell'anno il nostro organismo deve difendersi dalle più svariate minacce. In primavera abbiamo bisogno di vincere la stanchezza; in estate di proteggerci dal caldo e dalla sete; in autunno di rinforzare il sistema immunitario e migliorare il funzionamento intestinale; in inverno di scaldarci e disintossicarci. Come possiamo, dunque, aiutare il nostro corpo a vivere meglio e in salute? Ce lo dice La Dieta Totale con i consigli della nutrizionista Anna Villarini, ricercatrice presso la Fondazione IRCCS Istituto Nazionale dei Tumori di Milano, che ogni mese su Cook, l'inserto food del Corriere della Sera, insegna a utilizzare il cibo come una medicina senza rinunciare al piacere della tavola. Per garantire un buon funzionamento di tutto l'organismo, dalla testa alla pancia. Un manuale, corredato da un ricettario di 80 piatti sani e gustosi, che ci indica come raggiungere il benessere in 16 passi, dal mantenimento del cervello giovane alla difesa di un microbiota sano, dalla lotta al colesterolo cattivo fino allo stop alla spossatezza stagionale. Sedici obiettivi da raggiungere, dall'inizio della primavera fino alla fine dell'inverno, attraverso l'alimentazione.

Ristorando
È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu

RISTORAZIONE TECNOLOGICAMENTE SCOLASTICA

Un'evoluzione tecnologica che consente la consultazione del menu e delle ricette, tracciabilità degli ingredienti e provenienza, segnalazione assenze, richiesta di dieta speciale, ricariche e pagamenti, comunicazione con i genitori, funzione "Chiedi all'esperto", area multimediale per la divulgazione informativa e uno spazio per

imparare divertendosi. Sono solo alcune delle funzionalità che la nuova App **FoodSchool**, realizzata da Ristocloud Group Srl, propone alle società di ristorazione collettiva per **semplificare e migliorare il rapporto tra mensa scolastica, genitori e scuola.**

Leggi l'articolo a p.45



ristocloud



Orgogliosamente Italiani



SERVIZI DI RISTORAZIONE COLLETTIVA A MISURA DI PERSONA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Vending

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.